



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**  
**DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO NATURISTA DE HIDROTERAPIA Y TURISMO  
ECOLÓGICO EN LA COMUNIDAD DE IRUGUINCHO,  
PARROQUIA SAN BLAS DEL CANTÓN URCUQUÍ EN LA  
PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**AUTORA:** VARGAS JARAMILLO ANA YOLANDA

**DIRECTORA:** Eco. WILMA GUERRERO

**IBARRA, JUNIO, 2014**

## RESUMEN EJECUTIVO

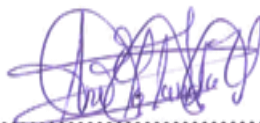
El presente trabajo titulado, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO NATURISTA DE HIDROTERAPIA Y TURISMO ECOLÓGICO EN LA COMUNIDAD DE IRUGUINCHO, PARROQUIA SAN BLAS DEL CANTÓN URCUQUÍ EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”, consta de siete capítulos. La investigación consistió en determinar si es o no factible gestionar un centro de hidroterapia y turismo ecológico. Por tal motivo se efectuó un diagnóstico situacional para identificar si las características ecológicas del sector coadyuvan a la creación de la pequeña empresa. Dentro del estudio de mercado se identificó el comportamiento de la demanda turística, lo que permitió conocer que existe una alta predisposición en visitar la pequeña empresa de hidroterapia y turismo ecológico. En lo referente a la oferta a nivel local no existe un lugar con las características que propone el proyecto por tanto la competencia directa es nula. Del estudio técnico se estableció que el sector de Iruguincho es un lugar estratégico para la ubicación de proyecto, debido a que el lugar es conocido por el ecosistema que posee, como también se definió el proceso para el servicio, basado en un trabajo operacional eficiente. Con la finalidad de determinar el respaldo de los ingresos que generará el proyecto frente a la inversión, se efectuó el capítulo financiero, donde sus indicadores como; el valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión y costo beneficio, arrojan resultados positivos, lo que justifica el desembolso de inversión inicial del proyecto. Bajo los resultados obtenidos anteriormente se diseñó la organización de la pequeña empresa, donde el principal aspecto a tomar en cuenta fue el talento humano, sin dejar atrás el direccionamiento estratégico. Finalmente se evaluó los posibles impactos que puede generar el proyecto al ejecutarlo, siendo sus efectos positivos.

## SUMMARY

This work entitled "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A CENTER OF HYDROTHERAPY TOURISM ECOLOGICAL COMMUNITY IRUGUINCHO COMMUNITY SAN BLAS, CANTON URCUQUI IMBABURA PROVINCE", consists of seven chapters. The research was to determine the feasibility of small business management tourism. For this reason we conducted a situational analysis to identify if the ecological characteristics of the place contribute to the creation of small businesses. Within the market study we identified the behavior of tourism demand, which allowed us to know that there is a high predisposition to visit the small ecotourism company, in relation to the supply of the canton level there are no places with features like the proposed project, therefore there is no direct competition. Technical study established that the sector of Iruguincho is a strategic location for the project, because the place is known for the ecosystem, as also defined the process for the service, based on efficient operational work. In order to determine the support of the income generated by the project over investment was made on financial chapter, where indicators as: the net present value, internal rate of return, payback period of investment and cost benefit, showed positive results which justifies the initial investment outlay of the project. Under the results obtained previously we designed the small business organization, where the main aspect to take into account was human talent, without leaving behind the strategic direction. Finally, we evaluated the potential impacts that can build the project to run and its positive effects.

**AUTORÍA**

Yo, **Ana Yolanda Vargas Jaramillo**, portadora de la cédula de ciudadanía N°. **1003211289**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



.....  
**ANA YOLANDA VARGAS JARAMILLO**


**1003211289**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por la egresada Ana Yolanda Vargas Jaramillo, con cédula de identidad N°.1003211289 para optar por el Título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES**. Cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO NATURISTA DE HIDROTERAPIA Y TURISMO ECOLÓGICO EN LA COMUNIDAD DE IRUGUINCHO, PARROQUIA SAN BLAS DEL CANTÓN URCUQUÍ EN LA PROVINCIA DE IMBABURA"**, considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 5 días del mes de junio del año 2014

Firma



.....

Eco. Wilma Guerrero  
**DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE LA AUTORA DEL TRABAJO DE GRADO**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Ana Yolanda Vargas Jaramillo**, con cédula de identidad N°.1003211289, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO NATURISTA DE HIDROTERAPIA Y TURISMO ECOLÓGICO EN LA COMUNIDAD DE IRUGUINCHO, PARROQUIA SAN BLAS DEL CANTÓN URCUQUÍ EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....  
**Ana Yolanda Vargas Jaramillo**

**1003211289**

Ibarra, a los 5 días del mes de junio del año 2014



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1003211289		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Vargas Jaramillo Ana Yolanda		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Parroquia San Blas, Cantón Urcuquí, Provincia Imbabura		
<b>EMAIL:</b>	yoliv_85@yahoo.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2545251	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0997602786
DATOS DE LA OBRA			
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO NATURISTA DE HIDROTERAPIA Y TURISMO ECOLÓGICO EN LA COMUNIDAD DE IRUGUINCHO, PARROQUIA SAN BLAS DEL CANTÓN URQUQUÍ EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”.		
<b>AUTORA :</b>	Ana Yolanda Vargas Jaramillo		
<b>FECHA:</b>	2014-Junio-5		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b>	<input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>	
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES		
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Eco. Wilma Guerrero.		

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Ana Yolanda Vargas Jaramillo, con cédula de identidad No. 1003211289, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

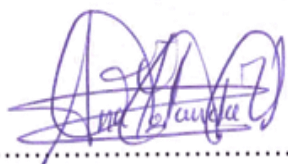
## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 05 días del mes de junio.

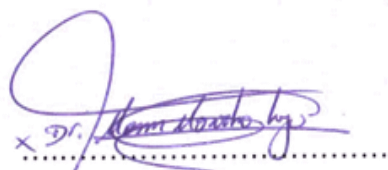
**LA AUTORA:**

**ACEPTACIÓN:**



Nombre: Ana Yolanda Vargas Jaramillo

C.C.: 1003211289



Nombre: Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Honorable Consejo Universitario



**DEDICATORIA**

*A todos mis familiares, de manera muy especial a mis papás Luis Germán Vargas, Ana Luisa Jaramillo, a mis hermanos y hermanas quienes siempre me apoyaron para poder culminar con éxito la carrera emprendida, siendo el pilar fundamental para poder alcanzar este triunfo en mi vida, con su motivación comprensión y amor.*

**Ana Yolanda Vargas J.**

## AGRADECIMIENTO

*A todas las autoridades de la Universidad Técnica del Norte, a los Directivos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Carrera de Administración Pública de Gobiernos Seccionales, y de manera muy especial a los docentes que me impartieron todos sus conocimientos y llegar a un feliz término en mi carrera y la posterior aplicación de estos conocimientos en mi vida profesional.*

*A mi tutora de tesis Eco. Wilma Guerrero, por su dedicación y apoyo para llevar a cabo este proyecto de tesis.*

**Ana Yolanda Vargas J.**

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo “Estudio de factibilidad para la creación de un centro naturista de hidroterapia y turismo ecológico en la Comunidad de Iruguincho, Parroquia San Blas del Cantón Urcuquí en la Provincia de Imbabura”, para demostrar su factibilidad se ha desarrollado los siguientes capítulos:

**Capítulo I** Diagnóstico Situacional: Este estudio tiene como finalidad identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que pueden influenciar en el proyecto.

**Capítulo II** Marco Teórico: En este capítulo se contextualizó las bases teóricas que sustentan la investigación.

**Capítulo III** Estudio de Mercado: Con la información obtenida del estudio de mercado permite conocer la oferta, demanda y los precios de los servicios turísticos en la zona investigada.

**Capítulo IV** Estudio Técnico: Con el desarrollo del estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, el tamaño, la distribución de las instalaciones, proceso del servicio y las inversiones.

**Capítulo V** Estudio Financiero: En este estudio se realizará el análisis de las inversiones del proyecto para posteriormente aplicar evaluadores financieros y determinar la factibilidad del proyecto.

**Capítulo VI** Estructura Organizacional: Se planteó el modelo administrativo de la organización donde se encuentra; la visión, misión, el orgánico estructural y las bases legales que se necesita para el buen funcionamiento del proyecto.

**Capítulo VII** Impactos: Se realizó el análisis de los impactos que generará la implementación de la pequeña empresa de turismo ecológico en el ámbito socio-económico, comercial, educativo y ambiental.

## ÍNDICE GENERAL

CARATULA .....	i
RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA .....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xx
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xxi
JUSTIFICACIÓN .....	xxiii
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xxv
CAPÍTULO I .....	27
1.    DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	27
1.1.    Antecedentes del diagnóstico .....	27
1.2.    Objetivos .....	28
1.3.    Variables diagnósticas .....	29
1.4.    Indicadores .....	29
1.5.    Matriz de relación diagnóstica .....	31
1.6.    Mecánica operativa del diagnóstico .....	32
1.7.    Diagnóstico situacional Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR). .....	49
1.8.    Determinación de la oportunidad de inversión .....	50
CAPÍTULO II .....	53
2.    MARCO TEÓRICO .....	53
2.1.    La empresa .....	53
2.2.    La pequeña empresa .....	58

2.3.	El centro naturista.....	61
2.4.	El turismo .....	63
2.5.	Desarrollo del turismo en el Ecuador .....	68
2.6.	Clasificación de los estados financieros.....	70
CAPÍTULO III .....		73
3.	ESTUDIO DE MERCADO .....	73
3.1.	Presentación .....	73
3.2.	Objetivos del estudio de mercado .....	73
3.3.	Mecánica operativa del estudio .....	77
3.4.	Tabulación y análisis de la información.....	78
3.5.	Identificación del servicio .....	94
3.6.	Mercado meta.....	94
3.7.	Análisis de la demanda.....	94
3.8.	Análisis de la oferta.....	108
3.9.	Demanda insatisfecha.....	108
3.10.	Demanda a captar por el proyecto .....	109
3.11.	Análisis de precios.....	110
3.12.	Conclusión del estudio .....	112
CAPÍTULO IV .....		113
4.	ESTUDIO TÉCNICO.....	113
4.1.	Presentación .....	113
4.2.	Localización del proyecto .....	114
4.3.	Tamaño del proyecto.....	116
4.4.	Distribución de la planta .....	117
4.5.	Flujograma del servicio.....	119
4.6.	Inversiones del proyecto.....	122
CAPÍTULO V .....		125

5. ESTUDIO ECONÓMICO .....	125
5.1. Propuesta de inversión .....	125
5.2. Plan de inversiones .....	125
5.3. Cálculo del costo de oportunidad.....	128
5.4. Proyecciones .....	129
5.5. Gastos proyectados .....	130
5.6. Estados financieros .....	136
5.7. Balance de arranque o situación financiera .....	137
5.8. Estado de resultados.....	138
5.9. Flujo de caja financiero.....	140
5.10. Evaluación financiera.....	141
5.11. Tasa interna de retorno .....	142
5.12. Período de recuperación de la inversión .....	143
5.13. Beneficio costo.....	144
CAPÍTULO VI.....	147
6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	147
6.1. Aspecto estratégico .....	147
6.2. Aspecto organizacional.....	149
6.3. Aspecto legal.....	154
CAPÍTULO VII .....	161
7. IMPACTOS .....	161
7.1. Análisis de impactos .....	161
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	167
BIBLIOGRAFÍA .....	171
LINKOGRAFÍA: .....	172

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables e indicadores – ubicación geográfica, sociales, actividades productivas y turismo .....	30
Tabla 2 Matriz de relación diagnóstica.....	31
Tabla 3 Estados de las vías del cantón Urcuquí .....	34
Tabla 4 Distribución de la población del cantón Urcuquí, según parroquias.....	35
Tabla 5 Distribución de la población de la parroquia de San Blas, por edades y sexo.....	36
Tabla 6 Nivel escolaridad básica por sector y sexo del cantón Urcuquí .....	37
Tabla 7 Porcentajes de escolaridad nivel primaria por sexo y sector del Cantón Urcuquí .....	38
Tabla 8 Población con primaria completa –parroquias del Cantón Urcuquí.....	38
Tabla 9 Diez causas de mortalidad general -Cantón Urcuquí. ....	42
Tabla 10 Actividades productivas -cantón Urcuquí. ....	46
Tabla 11 Grupos ocupacionales, división mujeres y hombres -cantón Urcuquí. .	47
Tabla 12 Según ramas de actividad, división hombres y mujeres-cantón Urcuquí. ....	48
Tabla 13 Nivel de prioridad de actividades -l cantón Urcuquí.....	48
Tabla 14 Clasificación de la pequeña empresa.....	61
Tabla 15 Matriz de relación del estudio mercado.....	76
Tabla 16 Turistas que visitan el balneario de Timbuyacu en la parroquia San Blas, cantón Urcuquí. ....	79
Tabla 17 Alternativas de visitas a lugares turísticos en la provincia de Imbabura	80
Tabla 18 Alternativas de servicios del centro naturista de hidroterapia.....	81
Tabla 19 Afluencia de turistas al centro naturista de hidroterapia .....	82
Tabla 20 Alternativas de atractivos turísticos de la parroquia San Blas .....	83
Tabla 21 Preferencia de compañías para visitar el centro naturista de hidroterapia .....	84
Tabla 22 Tiempo que estaría dispuesto a permanecer en el centro naturista de hidroterapia.....	85
Tabla 23 Servicios que elegiría del centro naturista de hidroterapia.....	86



Tabla 24 Tiempo que permanecería en el atractivo turístico .....	87
Tabla 25 Medios de comunicación para conocer los servicios del centro naturista de hidroterapia.....	88
Tabla 26 Costos a pagar por los servicios de restaurante en el centro naturista de hidroterapia. ....	89
Tabla 27 Costos a pagar por los servicios de sauna - turco e hidromasaje en el centro naturista de hidroterapia de hidroterapia.....	90
Tabla 28 Costos a pagar por los servicios de paseos por senderos en el centro naturista de hidroterapia.....	91
Tabla 29 Costos a pagar por los servicios de área recreativa en el centro naturista de hidroterapia.....	92
Tabla 30 Caracterización general del visitante .....	93
Tabla 31 Servicios que brindará el centro naturista de hidroterapia.....	94
Tabla 32 Demanda histórica en número de turistas cantón- Urcuquí .....	95
Tabla 33 Identificación de la demanda actual en turistas- cantón Urcuquí. ....	96
Tabla 34 Proyección de la demanda en turistas .....	97
Tabla 35 Establecimientos turísticos del cantón Urcuquí.....	98
Tabla 36 La creación del centro de hidroterapia es una actividad rentable .....	98
Tabla 37 Servicios que brindan los establecimientos –cantón Urcuquí.....	99
Tabla 38 Días que recibe mayor número de turistas en los establecimientos-cantón Urcuquí.....	100
Tabla 39 Alojamiento en establecimientos- cantón Urcuquí .....	101
Tabla 40 Servicio de restaurante en establecimientos cantón- Urcuquí .....	102
Tabla 41 Paseos por senderos en establecimientos-cantón Urcuquí.....	103
Tabla 42 Servicio sauna -turco e hidromasaje en establecimientos-cantón Urcuquí .....	104
Tabla 43 Meses de mayor visita a establecimientos- cantón Urcuquí. ....	105
Tabla 44 Medios de publicidad para conocer los servicios de establecimiento-cantón Urcuquí.....	106
Tabla 45 Políticas para el cuidado del medio ambiente en establecimientos-cantón Urcuquí.....	107
Tabla 46 Demanda insatisfecha – cantón Urcuquí.....	109

Tabla 47 Demanda a captar por el proyecto (1) .....	109
Tabla 48 Demanda a captar por el proyecto (2) .....	110
Tabla 49 Análisis de precios por servicios .....	111
Tabla 50 Inflación en últimos cinco años .....	111
Tabla 51 Proyección de precios .....	111
Tabla 52 Distribución de áreas de servicio en el centro naturista de hidroterapia .....	117
Tabla 53 Descripción de inversión inicial centro de hidroterapia .....	122
Tabla 54 Distribución por áreas- centro de hidroterapia .....	123
Tabla 55 Inversión – centro de hidroterapia .....	126
Tabla 56 Inversión fija y diferida .....	127
Tabla 57 Capital de trabajo .....	127
Tabla 58 Costo de oportunidad .....	128
Tabla 59 Demanda efectiva .....	129
Tabla 60 Proyección precios por servicios .....	130
Tabla 61 Centro de hidroterapia, ingresos proyectados .....	130
Tabla 62 Gasto de mano de obra operativa- centro naturista de hidroterapia .....	131
Tabla 63 Costos indirectos .....	131
Tabla 64 Materia prima .....	132
Tabla 65 Total costos Mensuales .....	133
Tabla 66 Costo de operación proyectado .....	134
Tabla 67 Remuneraciones del recurso humano del proyecto-centro de hidroterapia .....	134
Tabla 68 Activos fijos .....	135
Tabla 69 Depreciación de activos .....	135
Tabla 70 Tabla de amortización .....	136
Tabla 71 Amortización .....	136
Tabla 72 Balance de situación inicial – centro de hidroterapia .....	137
Tabla 73 Proyección del estado de pérdidas y ganancias- centro naturista de hidroterapia .....	138
Tabla 74 Punto de equilibrio- Centro naturista de hidroterapia .....	139
Tabla 75 Flujo de efectivo .....	140

Tabla 76 Evaluación de la inversión VAN y TIR. VAN o valor actual neto.....	141
Tabla 77 TIR (tasa interna de retorno).....	142
Tabla 78 Período de Recuperación .....	143
Tabla 79 Ingresos y egresos totales.....	145
Tabla 80 Ingresos y egresos actualizados .....	145
Tabla 81 Indicadores de impactos.....	161
Tabla 82 Análisis del impacto socio económico.....	162
Tabla 83 Análisis del impacto empresarial .....	162
Tabla 84 Análisis de impacto educativo .....	163
Tabla 85 Análisis de impacto ético .....	164
Tabla 86 Impacto ambiental.....	165
Tabla 87 Impacto general.....	166

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Pobreza por necesidades básicas insatisfechas, a nivel de parroquias y sexo del cantón Urcuquí .....	35
Gráfico 2 Extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas por parroquias del cantón Urcuquí.....	36
Gráfico 3 Población secundaria por área y por sexo del- Cantón Urcuquí .....	39
Gráfico 4 Instrucción superior por áreas y sexo del cantón Urcuquí .....	39
Gráfico 5 Instrucción superior hombres- mujeres por parroquias de cantón Urcuquí. ....	40
Gráfico 6 Analfabetismo por parroquias y sexo en el cantón Urcuquí. ....	40
Gráfico 7 Desnutrición crónica en niños/niñas por parroquias- cantón Urcuquí. .	42
Gráfico 8 Vivienda propia por parroquias-cantón Urcuquí.....	43
Gráfico 9 Electrificación por parroquias -cantón Urcuquí. ....	44
Gráfico 10 Agua red pública dentro de las viviendas- cantón Urcuquí.....	45
Gráfico 11 Actividades productivas -cantón Urcuquí. ....	46
Gráfico 12 Turistas que visitan el balneario de Timbuyacu en la parroquia San Blas, cantón Urcuquí.....	79
Gráfico 13 Alternativas de visitas a lugares turísticos en la provincia de Imbabura .....	80
Gráfico 14 Alternativas de servicios del centro naturista de hidroterapia.....	81
Gráfico 15 Afluencia de turistas al centro naturista de hidroterapia .....	82
Gráfico 16 Alternativas de atractivos turísticos de la parroquia San Blas. ....	83
Gráfico 17 Preferencia de compañías para visitar el centro de hidroterapia .....	84
Gráfico 18 Tiempo que visitaría el centro naturista de hidroterapia .....	85
Gráfico 19 Servicios que elegiría del centro naturista de hidroterapia.....	86
Gráfico 20 Tiempo que permanecería en el atractivo turístico .....	87
Gráfico 21 Medios de comunicación para conocer los servicios del centro naturista de hidroterapia .....	88
Gráfico 22 Costos a pagar por los servicios de restaurante en el centro naturista de hidroterapia.....	89

Gráfico 23 Costos a pagar por los servicios de sauna - turco e hidromasaje en el centro naturista de hidroterapia.....	90
Gráfico 24 Costos a pagar por los servicios de paseos por senderos en el centro naturista de hidroterapia.....	91
Gráfico 25 Costos a pagar por los servicios de área recreativa en el centro naturista de hidroterapia.....	92
Gráfico 26 La creación del centro de hidroterapia es una actividad rentable. ....	98
Gráfico 27 Servicios que brindan los establecimientos –cantón Urcuquí.....	99
Gráfico 28 Días que recibe mayor número de turistas en los establecimientos- cantón Urcuquí.....	100
Gráfico 29 Alojamiento en establecimientos-cantón Urcuquí.....	101
Gráfico 30 Servicio restaurante en establecimiento cantón - Urcuquí.....	102
Gráfico 31 Paseos por senderos en establecimientos-cantón Urcuquí.....	103
Gráfico 32 Sauna -turco e hidromasaje establecimientos- cantón Urcuquí.....	104
Gráfico 33 Meses de mayor visitas a establecimientos – cantón Urcuquí.....	105
Gráfico 34 Medios de publicidad para conocer los servicios de establecimientos- cantón Urcuquí.....	106
Gráfico 35 Políticas para el cuidado del medio ambiente en establecimientos- cantón Urcuquí.....	107
Gráfico 36 Aspectos del estudio técnico.....	113
Gráfico 37 Organigrama Estructural del Centro de Hidroterapia “EL AGUA ES SALUD CIA. LTDA.”.....	149

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Mapa de la Provincia de Imbabura- localización del cantón Urcuquí.....	114
Ilustración 2 Croquis turístico - cantón Urcuquí.....	115
Ilustración 3 Diseño de las instalaciones .....	118

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la actividad turística se ha convertido en una de las principales fuentes de ingreso económico al país, generando una serie de beneficios reflejados en el incremento de fuentes de trabajo que permiten mejorar el nivel de vida de la población local, así como crear una cultura turística en sus habitantes, dándoles la oportunidad de compartir sus costumbres, creencias y tradiciones con los visitantes, generando así un intercambio cultural y a la vez una alternativa económica. Se estima que de cada 10 dólares que ingresan al país por diversos conceptos productivos, 10 centavos de dólar corresponden al consumo de la actividad turística y por cada empleo directo en turismo se generan 3 a 6 puestos indirectos.

Es por tal motivo que, a lo largo del territorio ecuatoriano, se están aprovechando los recursos naturales como culturales, a través de proyectos turísticos que generen beneficios económicos a los involucrados.

Urcuquí es un potencial turístico sin duda alguna, posee atractivos ecológicos poco promocionados, su parroquia San Blas es un pueblo patrimonial cuya conformación por si sola es un destino turístico; su cultura y tradición han sido las más promocionadas y manifestadas en diferentes formas; la falta de organización e iniciativas empresariales a través de estos atractivos, es lo que no ha permitido lograr un desarrollo turístico sostenible; por ello, es importante y urgente crear un centro naturista de hidroterapia y turismo ecológico, que sea un atractivo para el desarrollo turístico del cantón.

La propuesta busca una viabilidad económica y comercialmente rentable, con la implementación de valores agregados de la vida comunitaria; la pequeña empresa se concibe como una organización turístico-ecológica que mantendrá la armonía de la sociedad con la naturaleza, sujetándose a todas las normas y leyes establecidas para el efecto. Como organización será socio-culturalmente aceptada y proporcionará un alto grado de satisfacción al turista.

## JUSTIFICACIÓN

Con la implementación del proyecto, los principales beneficiarios que se involucrarán de manera directa, son los turistas nacionales y extranjeros que, ávidos de reencontrarse con la naturaleza, disfrutarán de los servicios que brindará el centro; los beneficiarios indirectos serán los comuneros de los sectores aledaños a los sitios turísticos del proyecto, quienes podrán ofrecer sus productos artesanales y gastronómicos de la zona, así como, podrán facilitar las instalaciones de sus propiedades para que sean conocidas por los visitantes. También se dinamizará el comercio de Iruguincho y otras poblaciones aledañas con la presencia de los turistas.

El proyecto es factible políticamente, ya que, una de las políticas de la Alcaldía prevista en el Plan Estratégico Cantonal, es la difusión de los sitios turísticos del cantón, contemplado en un amplio legado patrimonial y cultural, en lo arquitectónico, ecológico, gastronómico, costumbrista y de su rica ritualidad y mitología tradicionales.

Desde el punto de vista legal, el proyecto es totalmente factible, ya que dentro de la Constitución de la República aprobada en el año 2008, se establece los Derechos del Buen Vivir, Sección Segunda, Ambiente Sano Art. 14.- “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumakkawsay”. En el Art. 15.- “El Estado promoverá en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto”; y en la Ley de Turismo, de acuerdo al Art. 4 que dice: “la política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado, en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo”.

Desde el punto de vista material, es factible porque cuenta con el espacio físico requerido.

Desde el punto de vista económico, es factible porque cuenta con los recursos propios de inversionistas interesados en la ejecución del proyecto y recursos resultantes de créditos de entidades financieras. Desde el punto de vista del talento humano, es factible porque cuenta con la participación del gestor del proyecto y de los técnicos involucrados en la creación de esta nueva unidad productiva.



## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo general**

Realizar el Estudio de Factibilidad para la Construcción de un Centro Naturista de Hidroterapia y Turismo Ecológico en la Comunidad de Iruguincho, Parroquia San Blas, Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura.

### **Objetivos específicos**

- Establecer un diagnóstico situacional en la comunidad de Iruguincho, Parroquia San Blas, para identificar el tipo de turismo, de interventores y/o actores turísticos, rutas utilizadas y potenciales en las diferentes actividades del lugar.
- Elaborar un marco teórico que sustente el estudio mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la creación de un Centro Naturista de Hidroterapia y Turismo Ecológico, determinando la demanda de servicios por parte de turistas nacionales y extranjeros, con énfasis en grupos etarios que demandan de este tipo de turismo y la oferta de servicios similares.
- Realizar un estudio técnico para determinar la ingeniería del proyecto, tanto en su ubicación, infraestructura física y materiales a utilizarse.
- Realizar el estudio financiero que permita determinar la rentabilidad del proyecto, a través de criterios tales como: el VAN, TIR, C/B, PRI.

- Diseñar una propuesta organizacional de la pequeña empresa para la operación de la misma.
- Determinar los principales impactos que generará la implementación del centro naturista de hidroterapia.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes del diagnóstico.**

Según los últimos datos del INEC en el Censo de Población y Vivienda 2010, San Blas, parroquia del Cantón Urcuquí, se asienta en un área aproximada de 2.500 hectáreas, ubicada a 7 km de la cabecera cantonal y a 29 km de la ciudad de Ibarra; con una altitud de 2.650 msnm y una temperatura promedio de 14°C; sus datos georeferenciales son 78°15'07" latitud oeste y 0°25'05" latitud norte, su población es de 2800 habitantes agrupados en 700 familias. En sus inicios, la comunidad fue habitada en su totalidad por población indígena, pero con el transcurso del tiempo ha perdido su identidad, dando lugar a un mestizaje acentuado, conservando hasta la actualidad tradiciones y costumbres que han generado un sincretismo pluricultural particular.

La comunidad de Iruguincho es un sector privilegiado por las bondades de la naturaleza para aprovechamiento y beneficio de las personas, en este contexto, del interior de la capa superficial de la tierra, brotan aguas de origen magmático del volcán Cotacachi, con características físicas y químicas que pueden ejercer efectos terapéuticos para aliviar y regenerar la salud de las personas con enfermedades cutáneas, musculares y articulares. Este recurso natural es aprovechado desde el año 2007 por los comuneros que administran las piscinas del Complejo "Timbuyacu", que fueron construidas por el entonces Consejo Provincial de Imbabura y el Municipio de Urcuquí en el año 1974.

Operativamente, el Complejo "Timbuyacu" depende en gran medida de la participación comunitaria, aspecto que conlleva a la división interna por la presencia de intereses particulares, impidiendo la consolidación del Complejo Turístico como un atractivo más rentable para la Provincia de Imbabura y la zona

norte del Ecuador; actualmente ofrece al turista el servicio de piscinas de aguas termales, canchas deportivas y un bar-restaurante de tercera categoría.

Según información proporcionada por los administradores de “Timbuyacu”, mensualmente se cuenta con un promedio de ochocientos visitantes, siendo considerados los meses de agosto a noviembre, los de temporada alta para visitantes extranjeros; mientras que, a lo largo de todo el año, se presentan visitas de turistas nacionales, con mayor énfasis en los feriados y fines de semana.

Con este escenario, resulta atractiva la inversión del sector privado en la creación de un complejo adjunto que oferte servicios complementarios que permitan al visitante realizar sesiones de hidroterapia, tratamientos curativos con plantas medicinales de la zona, práctica deportivas y de aventura, así como excursiones por las partes altas y bajas de la Reserva Ecológica “Cotacachi-Cayapas”.

El proyecto pretende aprovechar los conocimientos ancestrales en tratamientos de salud alternativa a base de medicina natural con plantas del medio, de forma paralela a tratamientos terapéuticos con agua y el desarrollo de actividades físicas.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional para conocer la realidad del entorno en el que se establecerá el Centro Naturista de Hidroterapia y Turismo Ecológico en la Comunidad de Iruguincho, Parroquia de San Blas,

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Definir la ubicación geográfica de la parroquia de San Blas.
- Realizar un estudio social para determinar la situación socio económica de la Parroquia de San Blas.
- Determinar las actividades productivas del sector.
- Conocer el entorno turístico de la Parroquia de San Blas.

### **1.3. Variables diagnósticas**

Las variables diagnósticas que apoyarán el estudio y análisis del área de intervención son:

- ❖ Ubicación Geográfica
- ❖ Aspectos Sociales
- ❖ Actividades productivas
- ❖ Turismo

### **1.4. Indicadores**

Los indicadores objeto de análisis de las variables antes mencionadas son los siguientes:

Tabla 1

*Variables e indicadores – ubicación geográfica, sociales, actividades productivas y turismo*

Variable	Indicador
<b>Ubicación geográfica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Límites</li> <li>• Clima</li> <li>• Hidrografía</li> <li>• Vías de acceso</li> </ul>
<b>Sociales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población</li> <li>• Educación</li> <li>• Salud</li> <li>• Vivienda</li> </ul>
<b>Actividades productivas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrícola</li> <li>• Comercial</li> <li>• Industrial</li> </ul>
<b>Turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de turistas</li> <li>• Ecosistema</li> <li>• Atractivos turísticos</li> </ul>

Elaborado por: La Autora-Diciembre 2012

### 1.5. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 2

*Matriz de relación diagnóstica.*

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Información	Técnicas	Fuente
Definir la ubicación geográfica de la Parroquia de San Blas.	Ubicación geográfica	Límites Clima Hidrografía Vías de acceso	Secundaria	Documental	Organismos gubernamentales
Realizar un estudio social de la Parroquia de San Blas.	Sociales	Población Educación Salud Vivienda	Secundaria	Documental	Organismos gubernamentales
Determinar las actividades productivas del sector.	Actividades productivas	Agrícola Comercial Industrial	Secundaria	Documental.	Organismos gubernamentales.
Conocer el entorno turístico de la Parroquia de San Blas.	Turismo	Turistas Ecosistema Atractivos turísticos	Secundaria	Documental	Organismos gubernamentales, Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora- Diciembre 2013

## **1.6. Mecánica operativa del diagnóstico.**

La técnica documental que se aplicará para realizar el diagnóstico situacional, con el fin de obtener información de los indicadores para analizar las variables, nos permitirá un conocimiento total del área de intervención.

### **1.6.1. Información secundaria.**

La información secundaria se obtiene de documentos oficiales gubernamentales existentes en: Ministerio de Turismo, INEC, Gobierno Provincial de Imbabura, Municipio Autónomo de Urcuquí, Junta parroquial de San Blas y Análisis de variables diagnósticas.

### **1.6.2. Ubicación geográfica**

Según documentos oficiales gubernamentales, Urcuquí está ubicado al noroeste de Ibarra, a 2.330 m.s.n.m. y existía desde antes de la conquista de los españoles. Desde 1.534, pasó a formar parte del Corregimiento de Otavalo, bajo la administración de Sancho Paz Ponce de León.

En el año 1.567 fue visitada por el obispo de Quito fray Pedro de la Peña, quien procede a levantar un nuevo poblado. En su lengua originaria su nombre significa “Tierra de gente de bien” o “Cerro de gente de bien”. En este cantón predomina la majestuosidad de las montañas que lo rodean, el paisaje natural que lo envuelve, la riqueza de su suelo, su altitud va desde los 1.700 msnm en los valles, hasta los 4.539 msnm en la cima del cerro Yanahurco.

Urcuquí limita al norte y al este con el cantón Ibarra, al sur con los cantones de Antonio Ante y Cotacachi y al oeste con Cotacachi y la provincia de Esmeraldas.

Abarca 752 km<sup>2</sup> de extensión territorial, espacio en el cual se asientan 14.381 habitantes entre mestizos, indígenas y afro americanos. Su clima varía desde el



templado subtropical de los valles, hasta el frío de sus páramos, con temperaturas que van desde los 24C<sup>0</sup> a los 0<sup>0</sup>C

Urcuquí está compuesto por seis parroquias: una urbana y cinco rurales. Urcuquí como cabecera cantonal, San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas, Cahuasquí y la Merced de Buenos Aires.

San Blas es una desmembración del entonces pueblo de Urcuquí; y como tal, tan antiguo que a principio de nuestra era fue poblado por los Cayapas y Colorados. Testimonio irrefutable de esta importante cultura son las innumerables tolas donde se ha encontrado vestigios cerámicos preincaicos, sus petroglifos, sus patronímicos y su toponimia que, no obstante el paso de los años, permanecen a raíces lingüísticas milenarias de nuestra historia como Añaburo, Atucará, Coñaquí y Mindaburlo.

La parroquia de San Blas se encuentra ubicada al Nor-Occidente de la provincia de Imbabura y al occidente del cantón Urcuquí, es la parroquia más importante del cantón y está separada de la cabecera cantonal por apenas 2 km. de distancia.

**Límites.-** La parroquia de San Blas limita al norte con la quebrada de Pigunchuela, al sur con el camino antiguo a Imantag y el río Cariacu, al este con la ciudad de Urcuquí y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

**Clima.-** San Blas tiene un clima privilegiado que va desde el templado en su cabecera parroquial hasta llegar al frío andino en los picos montañosos de la cordillera Occidental. Su temperatura va desde los 18<sup>0</sup>C a los 0<sup>0</sup>C centígrados. En la temporada de verano, la zona se caracteriza por fuertes vientos que mueven las copas de los árboles, levantan nubarrones de polvo y por las noches se transforma en corrientes de aire helado.

**Hidrografía.-** Su hidrografía está constituida por el río Piñán y el río Cariacu que lo separa de la parroquia de Imantag; existen algunas quebradas como la de

Guarmiyacu, Pigunchuela y Pisangacho, entre otras. En la parte alta de los páramos de Piñán encontramos numerosas lagunas como Parcacocha, Cristococha, Yanacocha y Burrococha.

**Vías de Acceso.-** En cuanto a la vialidad podemos decir que la parroquia cuenta con vías principales de acceso, caminos inter comunitarios y chaquiñanes de enlace entre los diferentes sectores poblacionales. En el siguiente cuadro encontramos un resumen de la situación vial de la Parroquia San Blas.

Tabla 3  
*Estados de las vías del cantón Urcuquí*

Tramo de la vía	Longitud km	Tipo de camino	Estado
San Blas 1 – Urcuquí	1,5	asfaltado	Muy bueno
San Blas – Iruguincho	4	Asfaltado	muy bueno
Iruguincho – Timbuyacu	4	Asfaltado	muy bueno
Iruguincho - Santa Cecilia	2	Lastrado	malo
Iruguincho -Tablón Pisangacho	3	Empedrado	bueno
Iruguincho – Coñaquí	7	Lastrado	malo
La Quesera – Atucara	8	Lastrado	malo
Pisangacho - La Florida	2	Tierra	malo
Atucara – Piñán	5	Tierra	malo
Atucara - Casa Quemada	2	Tierra	malo

Fuente: Plan Vial Cantonal 2010.

### 1.6.3. Socio – económicas

La población del Cantón San Miguel de Urcuquí según el Censo del 2010, representa el 4,2 % del total de la Provincia de Imbabura; ha crecido en el último período intercensal 2001-2010, a un ritmo del 0,4 % promedio anual. El 80,6 % de su población reside en el área rural; se caracteriza por ser una población joven ya que el 46,7 % son menores de 20 años, el 19,4 % de la población es urbana, y el resto de la población se distribuye en las parroquias rurales.

Tabla 4

*Distribución de la población del cantón Urcuquí, según parroquias*

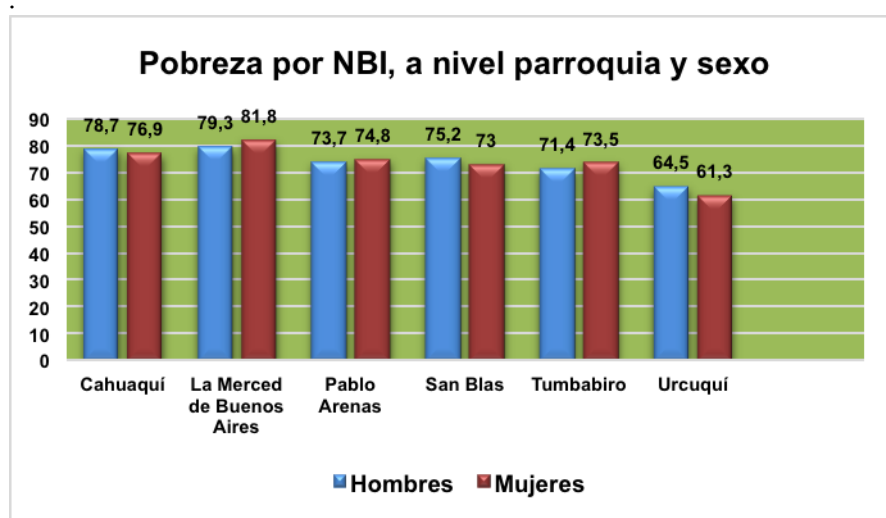
Parroquias	Total	Hombres	Mujeres
Total	14381	7241	7140
Urcuquí (Urbano)	2796	1363	1433
Área Rural	11585	5878	5707
Periferia	1703	889	814
Cahuasquí	1874	981	893
La M. De Buenos Aires	1560	807	753
Pablo Arenas	2045	1029	1016
San Blas	2800	1353	1447
Tumbabiro	1603	819	784

Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Según datos del INEC el Cantón Urcuquí, es el tercer cantón más pobre de la provincia de Imbabura. Más del 70% de hombres y mujeres son pobres en similar proporción; la extrema pobreza afecta de manera particular a la parroquia Buenos Aires, a más del 50% de habitantes.

Gráfico 1

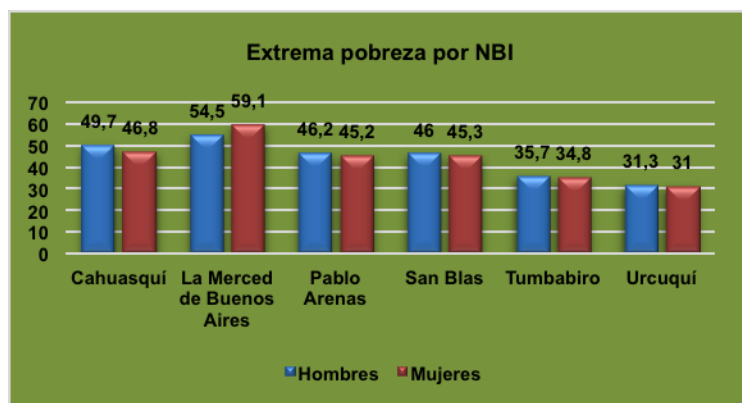
*Pobreza por necesidades básicas insatisfechas, a nivel de parroquias y sexo del cantón Urcuquí*



Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Gráfico 2

*Extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas por parroquias del cantón Urcuquí*



Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

## Población.

San Blas es una parroquia en la que casi han desaparecido la población indígena, ya que, con la llegada de los españoles, se produjo un proceso acelerado de mestizaje. Actualmente el mestizo es el grupo mayoritario de la población, quedando muy pocos indígenas que conservan sus tradiciones y vestimenta.

Según el último censo de Población y Vivienda realizado por el INEC en el año 2010, San Blas tiene una población de 2.800 habitantes, de los cuales 1.353 son hombre y 1.447 son mujeres.

Tabla 5

*Distribución de la población de la parroquia de San Blas, por edades y sexo*

Edad	Hombres	Mujeres	Total
0 – 4 años	146	149	295
5 – 9 años	146	186	332
10 – 19 años	333	330	663
20 – 39 años	316	344	660
40 – 59 años	234	232	466
60 – 79 años	152	160	312
80 y más años	26	46	72
<b>TOTAL</b>	<b>1.353</b>	<b>1.447</b>	<b>2800</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

## Educación

Todos los centros educativos de San Blas funcionan en sus propios locales, con aulas apropiadas para la educación, sin que esto requiera decir que el número de aulas sea suficiente para cubrir las necesidades del estudiantado.

En cuanto a equipamiento, únicamente la escuela “Eloy Alfaro” cuenta con los equipos básicos necesarios para impartir una educación pertinente; las escuelas de las comunidades no disponen de mobiliario suficiente, de espacios recreativos, de material didáctico ni de recursos audiovisuales. Estos últimos ni siquiera se conocen en el sector rural y sus maestros deben ingeniarse para impartir una educación de calidad, por lo que el 85% de la población se desplaza a los centros educativos de la cabecera parroquial en lo que respecta a la educación primaria.

La educación secundaria y superior, quienes desean continuar sus estudios, deben hacerlo en la ciudad de Urcuquí y en la ciudad de Ibarra respectivamente, o en otras instituciones de la provincia, ya que la parroquia no cuenta con este servicio, entre otras razones por su cercanía a Urcuquí.

En lo relacionado al nivel de escolaridad, el sector urbano tiene ventaja respecto al sector rural, pues, según el cuadro adjunto, hay una marcada tendencia a culminar la educación básica más en los centros urbanos que en el campo..

Tabla 6

*Nivel escolaridad básica por sector y sexo del cantón Urcuquí*

Urbana	6.24%	hombres	6.51%	mujeres	3.49%
Rural	3.76%	hombres	5.51%	mujeres	4.49%

Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

En lo que respecta a la primaria completa, los hombres presentan una ligera ventaja (58%) en relación a las mujeres (42%), algo similar ocurre a nivel rural; sin embargo, en el área urbana y rural, los hombres tiene una superior participación educativa en el nivel primario.

Tabla 7  
*Porcentajes de escolaridad nivel primaria por sexo y sector del Cantón Urcuquí*

Urbana	Hombres	58.%
	Mujeres	42%
Rural	Hombres	48.97%
	Mujeres	39.33.%

Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Tabla 8  
*Población con primaria completa –parroquias del Cantón Urcuquí.*

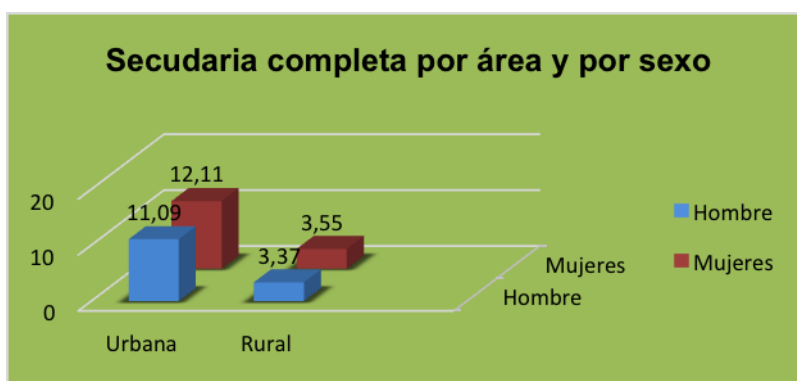
Parroquias	Hombres%	Mujeres%	No estudian
Cahuasquí	29,75%	30,70%	39.55%
La Merced de Buenos Aires	39,48%	34,12%	26,4%
Pablo Arenas	26,74%	25,35%	47,91%
San Blas	34,80%	30,69%	34,51%
Tumbabiro	39,13%	35,47%	25,4%
Urcuquí	50%	50%	0

Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Los porcentajes de la participación de la población en el nivel de primaria son críticos en cuanto al sector rural, por el contrario, en el sector urbano vemos una gran inclinación tanto en mujeres como de hombres para terminar la educación primaria.

Gráfico 3

*Población secundaria por área y por sexo del- Cantón Urcuquí*

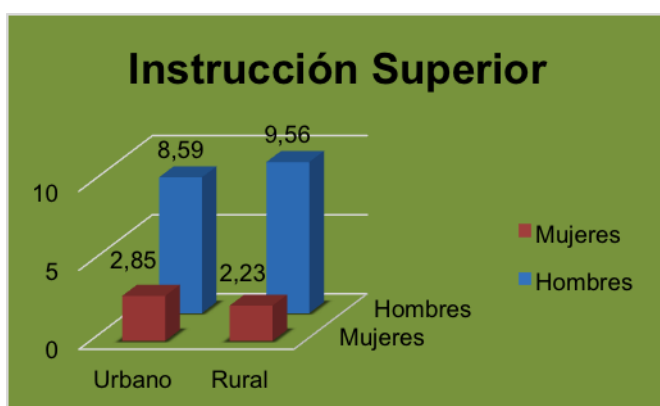


Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

La población de 18 años y más que completó la enseñanza secundaria a nivel cantonal es apenas el 5,07%. Al analizar y comparar el área urbana con la rural, se puede apreciar en el gráfico que los hombres y mujeres del área urbana presentan una mayor inserción con respecto a los hombres y las mujeres del área rural. Al analizar en forma global la situación de hombres y mujeres, éstas últimas presentan una ligera ventaja en relación a los hombres.

Gráfico 4

*Instrucción superior por áreas y sexo del cantón Urcuquí*



Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

El porcentaje de la población, que tiene instrucción superior es de apenas 8,58% en cuanto a los hombres con respecto a las mujeres que es 9.56%. El área urbana presenta una mejor situación con respecto al área rural; en el área urbana las

mujeres presentar una ligera ventaja en relación a los hombres, no así en el área rural. La población de Urcuquí tiene indicadores muy bajos de instrucción superior.

Gráfico 5

*Instrucción superior hombres- mujeres por parroquias de cantón Urcuquí.*

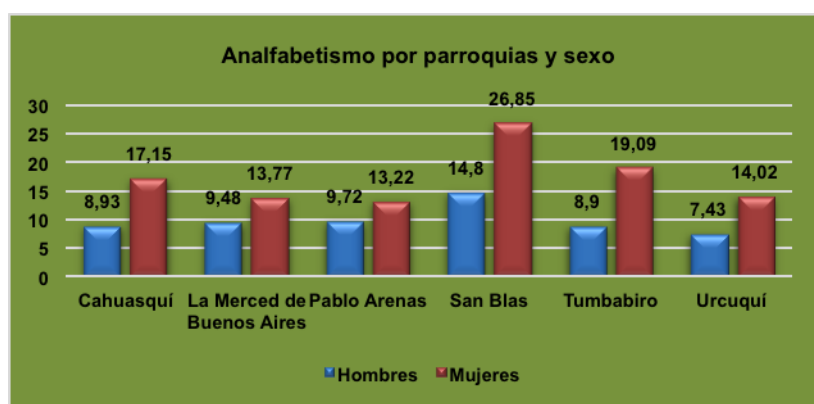


Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Estos datos demuestran que la educación en el nivel superior es bajo en cuanto a parroquias, las más afectadas son Tumbabiro, Pablo Arenas, San Blas y Cahuasquí que no sobrepasan el 5%, seguido de Urcuquí, Buenos Aires y Pablo Arenas que si tiene mayor tendencia de sus habitantes a seguir preparándose. A nivel de las parroquias las mujeres son las más afectadas con la desescolaridad.

Gráfico 6

*Analfabetismo por parroquias y sexo en el cantón Urcuquí.*



Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010



El grado de analfabetismo a nivel de cantón es alto sobre todo en las parroquias San Blas, Tumbabiro, Cahuasquí. En cuanto a las mujeres, existe una marcada menor tendencia a insertarse en el sistema educativo..

## **Salud**

En San Blas antiguamente se practicaba la medicina tradicional basada en la utilización de las plantas medicinales que nos brinda la naturaleza. Las enfermedades que afectaban la salud de sus pobladores eran tratadas con remedios naturales que eran suministrados por personas que conocían de ellas.

Las personas embarazadas no dejaban de acudir a las parteras o comadronas para que ocasionalmente hacerse estos controles empíricos, con la finalidad de que en el alumbramiento no tengan ningún problema.

Cuando existía una enfermedad más compleja que no podía ser curada con métodos y remedios caseros, el paciente debía ser trasladado a un hospital público de la ciudad de Ibarra, para que sea atendido por médicos profesionales.

Siendo la salud un derecho de todos, en el año del 1987 se logra una partida presupuestaria para la construcción del Subcentro de Salud en la parroquia de San Blas, en donde se empiezan a prestar servicios odontológicos y obstétricos, con apoyo de una enfermera y una auxiliar de enfermería.

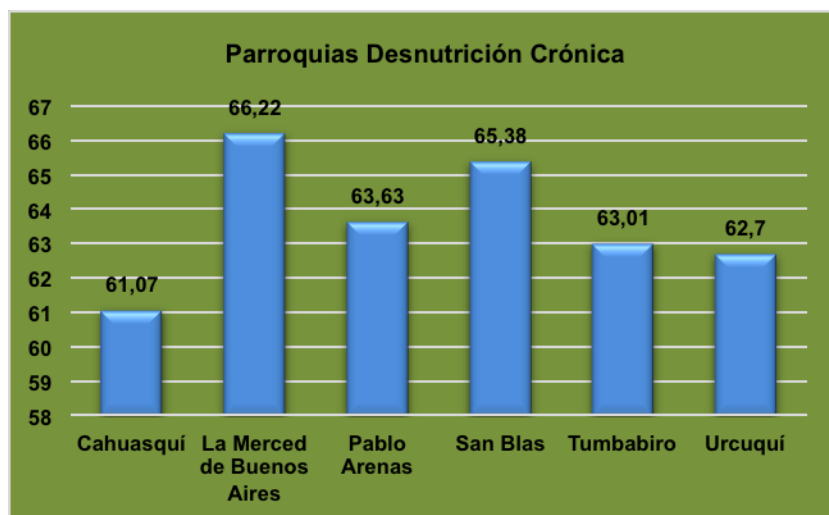
Entre las principales causas de mortalidad encontramos, a la diarrea y la gastroenteritis de presunto origen infeccioso por causas prevenibles, seguida de muertes por accidentes de tránsito y las enfermedades crónico degenerativas.

Tabla 9  
*Diez causas de mortalidad general -Cantón Urcuquí.*

Nº	Enfermedades
1	Diarrea y gastroenteritis de presunto origen infeccioso
2	Accidentes de tránsito
3	Enfermedades cerebro-vasculares
4	Tumor maligno del estómago
5	Leucemia
6	Anemias
7	Enfermedades hipertensivas
8	Enfermedades isquémicas del corazón
9	Neumonía
10	Tumor maligno del hígado y de las vías biliares intrahepáticas

Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Gráfico 7  
*Desnutrición crónica en niños/niñas por parroquias- cantón Urcuquí.*



Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

En el Cantón Urcuquí, los niños afectados por desnutrición crónica supera el 60%, según demuestra el gráfico anterior.

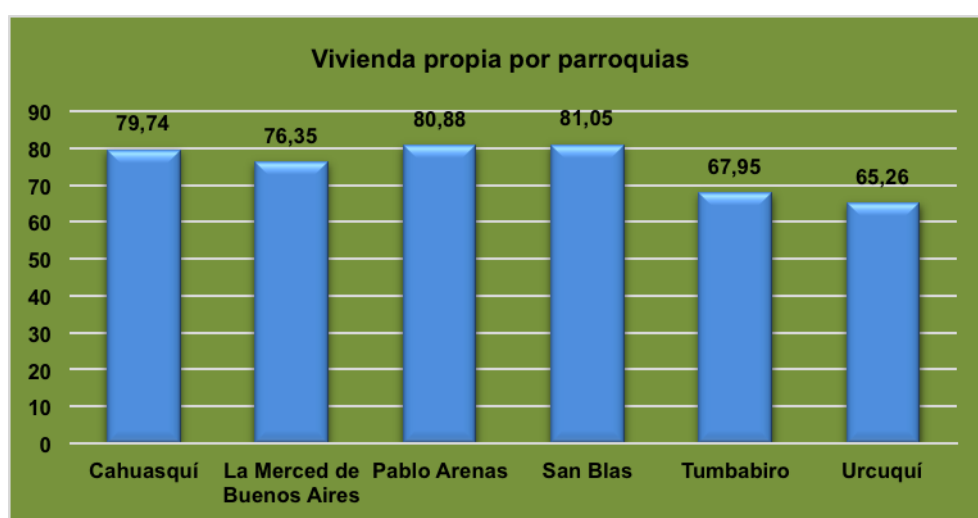
El presente indicador permite determinar el déficit de recursos humanos del área de la salud como médicos/as, odontólogos/as, obstétricos, enfermeras/os; auxiliares de enfermería, y de infraestructura como establecimientos de salud: centros, subcentro y dispensarios, en cada una de estas unidades territoriales. Este déficit se presenta en una relación de 40 a 100, donde 100 es el valor de la mayor oferta de servicios con relación a la población y 40 el menor valor de la medida. El índice de oferta en salud en el Cantón Urcuquí es de 46,95%; es decir, existe un déficit marcado en la dotación de recursos humanos, así como de establecimientos de salud.

### **Vivienda.**

El problema de la vivienda, existe un 65.26% de viviendas propias a nivel del cantón Urcuquí. En las parroquias San Blas y Pablo Arenas este indicador superan el 80%, seguido de Cahuasquí, Buenos Aires, Tumbabiro y Urcuquí según el siguiente el gráfico

Gráfico 8

*Vivienda propia por parroquias-cantón Urcuquí.*



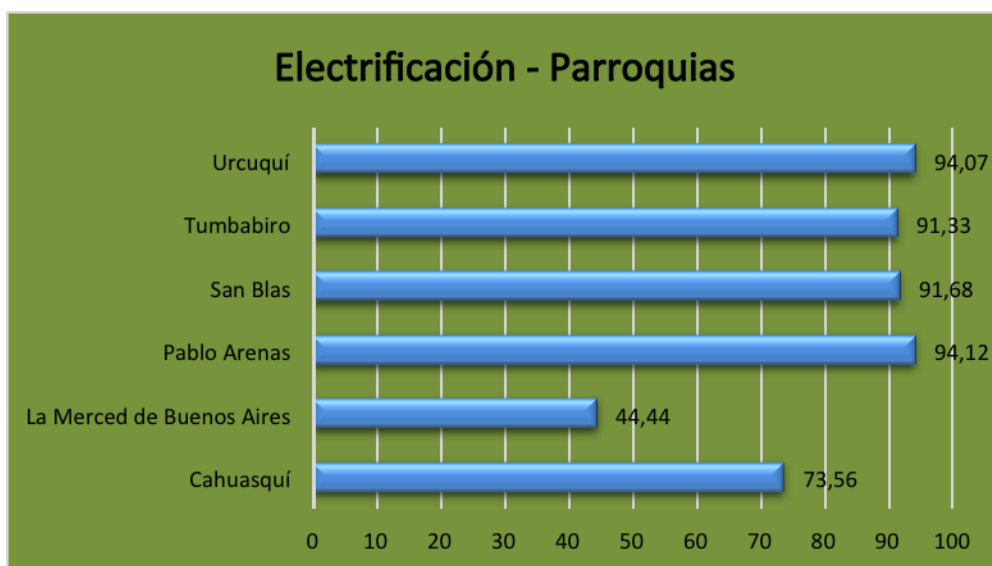
Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

De acuerdo a los datos del Censo del 2010, la mayoría de las viviendas presentan condiciones adecuadas, ubicándose en primer lugar la Parroquia de Tumbabiro con 82,89%, seguida de Urcuquí y en último lugar la Parroquia de San Blas, con 55,18%. A nivel del cantonal, el porcentaje de vivienda propia es del 83.9%.

En relación a la higiene dentro del hogar expresada en la existencia de un SSHH dentro del hogar Urcuquí alcanza el 60,20%, seguido de Pablo Arenas, Cahuasquí y San Blas. En Buenos Aires, la cobertura es apenas del 37,32. A nivel cantonal las viviendas con servicio higiénico exclusivo alcanzan el 53,94%. Porcentaje que es deficitario.

Gráfico 9

*Electrificación por parroquias -cantón Urcuquí.*



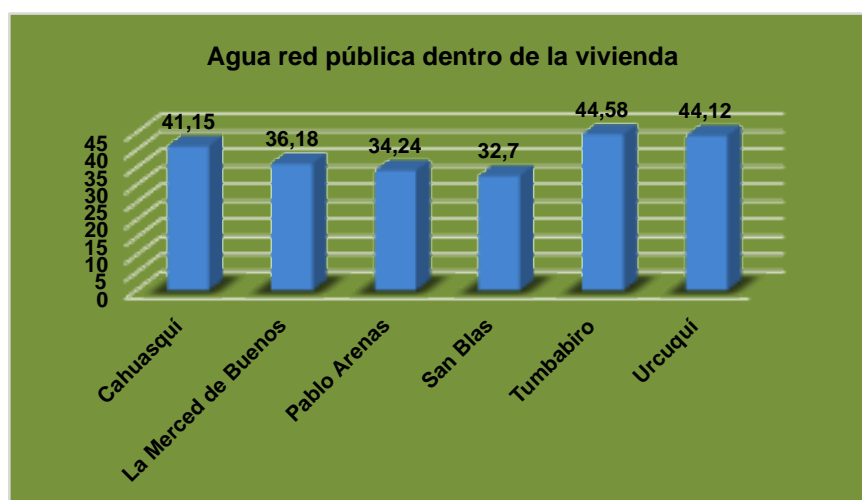
Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Las condiciones de electrificación en cuanto a las Parroquias es de 94.12% en, Pablo Arenas, del 94.97% en Urcuquí, seguido de San Blas con el 91.68%, Tumbabiro con 91.33% y Cauasquí con el 73.56% y la parroquia la Merced de Buenos Aires con el 44.44%. Es decir, más de la mitad de las viviendas disponen de este importante servicio. El total cantonal de electrificación cantonal es del 81.53%. De acuerdo al grafico proporcionada por el Censo de Población y Vivienda.

El servicio telefónico en el cantón Urcuquí es realmente crítico. Las Parroquias que más cobertura telefónica presentan son: Tumbabiro con 23,86% y Urcuquí con 16,77%; en Buenos Aires, la cobertura de este servicio es realmente desalentadora, apenas el 1,42%. La cobertura de servicio telefónico. La cobertura cantonal de este servicio a nivel cantonal es del 14%.

Gráfico 10

*Agua red pública dentro de las viviendas- cantón Urcuquí.*



Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Existe insuficiente cobertura de agua dentro de la vivienda, pues ninguna de las Parroquias alcanza el 50%. El déficit es mayor en las Parroquias de San Blas, Pablo Arenas y Buenos Aires. La cobertura de agua dentro de las viviendas a nivel cantonal es de apenas el 38,49%.

**1.6.4. Actividades productivas.-** la población del cantón Urcuquí se dedica a diferentes oficios y a la agricultura como lo demuestra la siguiente tabla.

Tabla 10

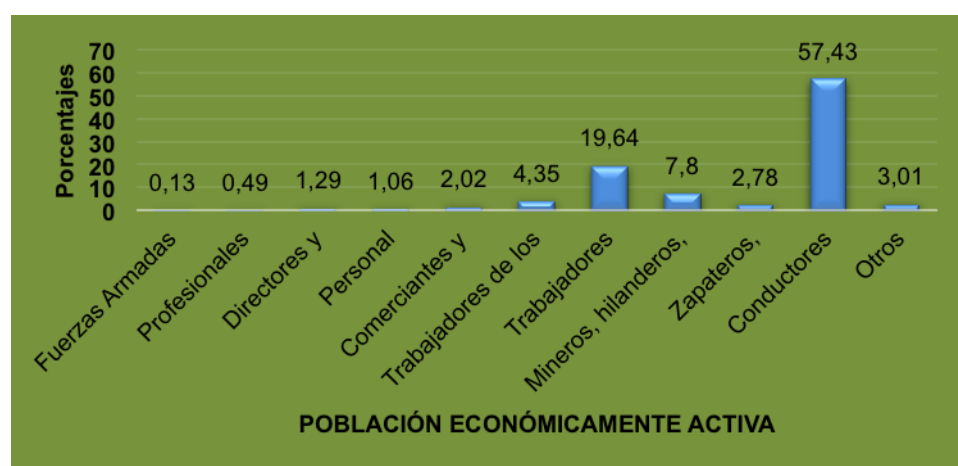
*Actividades productivas -cantón Urcuquí.*

Ocupación de la Población económicamente activa	%
Conductores equipos transporte, artes gráficas y otros	57,43%
Trabajadores agrícolas y forestales	19,64%
Mineros, hilanderos, tabacaleros y otros	7,80%
Trabajadores de los servicios	4,35%
Zapateros, ebanistas, joyeros, electricistas y otros	2,78%
Comerciantes y vendedores	2,02%
Directores y funcionarios públicos superiores	1,29%
Personal administrativo y trabajadores asimilados	1,06%
Profesionales técnicos y trabajadores asimilados	0,49%
Fuerzas Armadas	0,13%
Otros	3,01%

Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Gráfico 11

*Actividades productivas -cantón Urcuquí.*



Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

El 57,43 % de la población económicamente activa del Cantón, trabaja como conductores de equipos de transporte y otros; el 19,64% se dedica a la agricultura y el resto de la población se dedica a otras actividades tales como: mineros, hilanderos, tabacaleros Etc. el 7.80%, comerciantes y vendedores el 2.02%, trabajadores de servicios varios el 4.35%, zapateros ebanistas joyeros, electricistas el 2.78%, directores y funcionarios públicos superiores el 1.29%, personal administrativo y trabajadores asimilados el 1,06%, profesionales técnicos el 0.49% y fuerzas armadas el 0.13%; por lo que podemos decir que el sector económico que genera el mayor mercado laboral es el del transporte y la agricultura.

Tabla 11

*Grupos ocupacionales división mujeres y hombres -cantón Urcuquí.*

Grupos de ocupación	Total	Hombres	Mujeres
<b>TOTAL</b>	<b>5.360</b>	<b>4.247</b>	<b>1.113</b>
<b>Miembros, profesionales técnicos</b>	150	76	74
<b>Empleados de oficina</b>	107	68	39
<b>Trabajadores de los servicios</b>	231	105	126
<b>Agricultores</b>	1.038	903	135
<b>Operarios y operadores de maquinarias</b>	559	495	64
<b>Trabajadores no calificados</b>	3.078	2.450	628
<b>Otros</b>	197	150	47

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

En lo que respecta a la división ocupacional por género, vemos que la población masculina alcanza el 79% de ocupación, en relación a las mujeres que es del 21%; es decir, todavía es la Pb masculina la que se encuentra inserta mayormente en el mercado laboral, especialmente en actividades de manejo de maquinaria,

actividades agrícolas y técnicos probablemente vinculados al sistema hacendario aun predominante en el cantón.

Tabla 12

*Según ramas de actividad división hombres y mujeres-cantón Urcuquí.*

Ramas de actividad	Total	Hombres	Mujeres
TOTAL	5.360	4.247	1.113
Agricultura, ganadería, caza, pesca, silvicultura	3.674	3.210	464
Manufactura	228	182	46
Construcción	216	215	1
Comercio	256	146	110
Enseñanza	101	35	66
Otras Actividades	885	459	426

Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010

Según datos del INEC, en el Cantón Urcuquí, es la Pb masculina la que absorbe el 79% de actividades económicas, en relación con la Pb femenina cuya participación en el mercado de trabajo es de apenas el 20%, cifras que permiten ver rezagos de una fuerte estructura patriarcal y machista.

Tabla 13

*Nivel de prioridad de actividades -l cantón Urcuquí.*

Actividad	Prioridad %
Agricultura	31%
Ganadería	27%
Turismo	18%
Comercio agrícola	7%
Artesanías	7%
Explotación pétrea	2%
Producción de ladrillo	2%
Avicultura	6%

Fuente: Censo de Población y Vivienda - INEC 2010



De acuerdo a los porcentajes del nivel de prioridad por actividad, en el Cantón Urcuquí, la mayoría de la población se dedica a la agricultura, la ganadería y el turismo, siendo éstas las principales actividades productivas del Cantón.

### **1.7. Diagnóstico situacional Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR).**

Para el estudio de factibilidad de creación de un Centro Naturista de Hidroterapia y Turismo Ecológico, se ha utilizado la matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

#### **1.7.1. Aliados**

- La comunidad está siempre predispuesta a acoger, involucrarse y apoyar toda clase de proyectos turísticos.
- Existe una gran diversidad de recursos naturales que no han sido aprovechados adecuadamente en función del turismo.
- El clima y la calidad del suelo son propicios para desarrollar una agricultura ecológica de calidad.

#### **1.7.2. Oponentes.**

- Insuficiencia de vías de acceso.
- La infraestructura básica deficiente.
- La mayor parte de la comunidad no tiene alternativas de organización.
- Niveles de educación deficientes en proceso de mejoramiento
- No existen fuentes alternativas de trabajo

#### **1.7.3. Oportunidades**

- Tendencia altamente positiva hacia el turismo ecológico.

- Incentivos óptimos de financiamiento para el turismo por parte del Gobierno Central.
- Existencia de importantes atractivos turísticos en el cantón.
- Créditos blandos para el fomento turístico
- Acelerado avance de implementación del Proyecto Yachay
- Plan de mejoramiento vial en ejecución-.
- Nueva Ley de Aguas en beneficio de proyectos agrícolas y turísticos comunitarios.

#### **1.7.4. Riesgos**

- Drásticos Cambios climáticos que afectan las actividades agropecuarias.
- La inestabilidad económica trunca a los nuevos emprendimientos.
- La inseguridad genera miedo en la comunidad.
- Falta de promoción turística por parte del Municipio.

#### **1.8. Determinación de la oportunidad de inversión**

Efectuado el diagnóstico en el área donde se gestionará el proyecto, se puede manifestar lo siguiente:

- La comunidad de Iruguincho dispone de encantos naturales y culturales que son atractivos básicos para el fomento del turismo ecológico; lamentablemente, hasta este momento no han sido aprovechados adecuadamente, sin embargo, el gobierno actual, a través del Ministerio de Turismo, está empeñado en incentivar este tipo de emprendimientos con tecnologías responsables, características sustentables y que no atenten al medio ambiente y a las culturas locales.
- La Comunidad de Iruguincho, al convertirse en el centro de operaciones de esta pequeña empresa, estaría dispuesta a participar activamente, tanto en el

proceso de implementación como en su buen funcionamiento y en su sustentabilidad.

- En el actual gobierno, las vías de acceso a la comunidad de Iruguincho están en proceso de mejoramiento y se podría decir que en buenas condiciones, lo que garantizará a corto plazo que la afluencia de turistas a la zona no tenga ningún inconveniente, y que el Centro de Hidroterapia cuente con un mercado de servicios lo suficientemente holgados para justificar la inversión en el proyecto y su sostenibilidad a futuro.

Con estas premisas, podemos garantizar que es viable la creación del “Centro Naturista de Hidroterapia y Turismo Ecológico”, en la Comunidad de Iruguincho, Parroquia San Blas del Cantón Urcuquí en la provincia de Imbabura.



## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. La empresa**

BRAVO, Mercedes (2011), Contabilidad General. Expresa: “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad” (p. 3)

Según la autora, la Empresa es el resultado de la combinación entre los recursos que invierte un empresario y valor agregado proveniente del trabajo. Para ello, es imprescindible contar con un talento humano específicamente capacitado, con equipos e instalaciones en perfecto estado y una óptima dirección técnica.

##### **2.1.1. Características de la empresa**

BRAVO, Mercedes (2011), Contabilidad General manifiesta: Que cada empresa es un mundo diferente, pero todas tienen las mismas características dependiendo de su estructura, así tenemos:

- **Pequeña Empresa:** El administrador dedica solo parte de su tiempo en cuestiones administrativas, pues lo absorbe una gran cantidad de problemas técnicos de producción, finanzas, ventas, personal, etc. No se requiere grandes previsiones o planeaciones.
- **Mediana Empresa:** Suele ser una empresa de ritmo en crecimiento, ya que presenta problemas de la pequeña y grande empresa y más bien carece de los beneficios que son sus características principales.
- **Grande Empresa:** El administrador o los administradores, no solo dedican la mayor parte de su tiempo a las funciones típicamente administrativas, sino que

requieren de un staff más o menos grande de personas que lo ayuden a administrar. (p.8)

La Estructura de la Empresa dependerá del capital invertido. Para el caso de la empresa pequeña, no se requiere de un manejo altamente técnico ni de gran inversión de capital; por el contrario, en el caso de la gran empresa, las exigencias en capital, en mano de obra y tecnología, son sumamente onerosas y complejas.

### **2.1.2. Objetivos de la empresa**

BRAVO, Mercedes (2011), Contabilidad General establece.

Los objetivos son esenciales para el éxito de una empresa, éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa.

Otras de las razones para establecer objetivos son:

- Permiten enfocar los esfuerzos hacia una misma dirección.
- Sirven de guía para la formulación de estrategias.
- Sirven de guía para la asignación de recursos.
- Sirven de base para la realización de tareas o actividades.
- Permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa.
- Generan coordinación, organización y control.

- Generan participación, compromiso y motivación; y, al alcanzarlos, generan un grado de satisfacción.
- Revelan prioridades.
- Producen sinergias.
- Disminuyen la incertidumbre. (p.6)

Los objetivos de la Empresa se enlistan en una serie de características que convergen en la producción de riqueza, generando mejores condiciones de vida, tanto para los inversionistas, productores, comerciantes como para los consumidores; deben ser medibles, claros, alcanzables, desafiantes, realistas y coherentes para que sea exitosa y cumplir con las metas propuestas.

### 2.1.3. Tipos de empresas

MUNCH Lourdes, (2010), Administración Gestión Organización Enfoque y Procesos Administrativo. Presenta la clasificación de las empresas de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:

- **Industriales:** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas. Las industrias, a su vez, se clasifican en:
- **Extractivas:** Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.
- **Manufactureras:** Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:

- **De consumo final:** Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, alimentos, aparatos eléctricos, etc.
- **De producción:** Estas satisfacen a las de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc.
- **Comerciales:** Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:
  - **Mayoristas:** Venden a gran escala o a grandes rasgos.
  - **Minoristas (detallistas):** Venden al menudeo.
  - **Comisionistas:** Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.
  - **Servicio:** Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:
    - Transporte
    - Turismo
    - Instituciones financieras
    - Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones, educación, salubridad)
    - Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo, educación, salubridad) (p.197)

La conjugación de todos los tipos de Empresa conlleva a que los bienes y servicios lleguen al usuario o consumidor final, pasando por todos los procesos desde la obtención de la materia prima, producción, comercialización.



#### 2.1.4. Recursos de la empresa

MUNCH Lourdes (2010), Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo. Menciona que la empresa para el desarrollo de sus actividades necesita de una serie de elementos diferentes para su total y buen funcionamiento como son los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.

- **Humano:** Los recursos humanos son conjuntos de habilidades y experiencias, conocimientos y competencias de personal que integra la empresa, es decir es el elemento principal y fundamental. Sin el recurso humano ninguna entidad podría existir, ya que está conformado por los individuos que son los productores internos que laboran y forjan el desarrollo de la empresa.
- **Materiales:** Son los bienes tangibles e insumos propiedad de la organización, con el que la empresa cuenta: infraestructura, útiles de oficina, equipos de computación, maquinarias y similares que permiten la realización de actividades.
- **Tecnológicos:** Es el conocimiento científico aplicado al desarrollo de actividades prácticas y sistemáticas tales como: la maquinaria, equipos, procesos, comprende también los sistemas operativos como formulas o patentes, contables o de información, que sirven para optimizar el trabajo en base a la tecnología.
- **Financieros:** Son los elementos monetarios de que dispone la empresa para ejecutar sus decisiones, estos provienen de las aportaciones de los socios, las utilidades y las ventas, así como de los préstamos, créditos y emisión de valores. (p. 203)

Los elementos de la Empresa detallados por parte de la autora, hacen referencia a la combinación de los elementos; todos ellos importantes; desde el talento humano directivo, ejecutivo y operativo, materiales, tecnológicos y financieros.

## **2.2. La pequeña empresa**

Para PÁEZ Roberto N. (2008), Desarrollo de la Mentalidad Empresarial; la: “Empresa en una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”.

La pequeña Empresa, generalmente artesanal o familiar, debe cumplir con todo el proceso de producción de bienes y servicios.

### **2.2.1. Características de la pequeña empresa**

RODRÍGUEZ, J (2008) Administración de pequeñas y medianas empresas. Presenta las características de la pequeña empresa.

- El número de personal tiene un límite inferior y otro superior. Por ejemplo, en México oscila entre 11 y 50
- En muchos casos son empresas familiares en las cuales, a menudo la familia, es parte de la fuerza laboral de la misma.
- Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.
- El propietario o los propietarios de pequeñas empresas suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan y además, sienten pasión, disfrutan y se enorgullecen con lo que hacen.
- El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la pequeña empresa, especialmente en sus inicios.

- Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual genera crecimiento económico.
- Proporciona a la economía beneficios catalíticos. Contribuye a la producción nacional y a la sociedad en general, aparte de los gastos y ganancias que generan.
- Un buen porcentaje de pequeñas empresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios. Por ejemplo, peluquerías, consultorías, etc.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada que la mediana y gran empresa.
- En muchos casos, son proveedores de medianas y grandes empresas (p. 38).

La pequeña Empresa se caracteriza por estar conformada por la unión de un pequeño grupo de personas, generalmente familiares y constituidas por capitales producto de los ahorros de toda una vida; no cuenta con una estructura funcional técnicamente definida, tampoco motiva al talento humano operativo la conformación de organizaciones sindicales.

### **2.2.2. Objetivos de la pequeña empresa**

PÁEZ Roberto N. (2008), Desarrollo de la Mentalidad Empresarial).Presenta los objetivos de la pequeña empresa:

- La pequeña empresa carece de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño de la pequeña empresa lo hace ser especialista interno de todos los procesos que se llevan a cabo dentro de su organización y recurre a asesorías externas.

- Presenta aspectos de los cuales desconoce su funcionamiento, dejando el manejo contable y financiero en manos de un contador externo o consultor a los cuales se les paga por horas que se encarga de los aspectos legales, de personal, finanzas y tributarios.
- Dentro de este tipo de organizaciones las áreas de ventas y producción son las más importante, puesto que el propietario está en permanente contacto con su clientela y detecta las nuevas exigencias del mismo permitiéndole adaptar rápidamente su producto.
- El dueño funge la función de administrador general, es decir, que es la persona que dirige todos los procesos que en su empresa se realizan y esto hace que adquiera una habilidad especial en el manejo de la empresa, ya que le es muy difícil contar con empleados competentes o recursos técnicos financieros que apoyen su desarrollo.
- La función de control es casi desconocida por el dueño de la pequeña empresa, y no existen procedimientos ni normas que le ayuden a asegurar el éxito en forma inmediata, por lo que el tiempo que le dedica a esta función es mínimo y el tipo de control se deriva de la planeación inadecuada que utiliza. (p.32)

En la pequeña Empresa es un denominador común que el dueño participe en todos los procesos en la generación de bienes o servicios; es decir, desde la producción, comercialización, atención al cliente y en ocasiones, hasta de administrador financiero.

### 2.2.3. Clasificación de la pequeña empresa

PÁEZ Roberto N. (2008), Desarrollo de la Mentalidad Empresarial. Presenta la clasificación de la pequeña empresa.

Tabla 14

*Clasificación de la pequeña empresa*

<b>SECTOR ECONÓMICO</b>	Servicio.- Servicios personales, hoteles, bares, restaurantes, reparación de vehículos, construcción, transporte
	Producción: Textiles y ropa, productos de madera, papel, metal, químicos y construcción
	Comercio: Venta de alimentos, bebidas y otros artículos, vestuario, productos para uso personal y limpieza, etc. (p.38)

Fuente: Bibliográfica.

### 2.3. El centro naturista

Según Bueno Cortés, Mariano José (2010), El Naturismo es la doctrina que preconiza el empleo de los agentes naturales para la conservación de la salud y el tratamiento de las enfermedades. Y es precisamente en los lugares donde se practica el naturismo al que se le denomina Centro Naturista, es decir donde se aplica Medicina Natural, no química, éstos centros pensados como una alternativa para la salud, se encuentran dotados de una serie de servicios, como por ejemplo Homeopatía, Terapia floral de Bach, Electro acupuntura, tratamientos con plantas y otras terapias afines.

La medicina naturista es parte de la medicina de tradición, donde se utilizan elementos naturales como el aire, el sol, la tierra y las plantas.

Se utilizaba mucho antes de que aparecieran las drogas sintéticas, ya que no existían muchas otras posibilidades.

Los médicos naturistas usan como medicación los derivados de las plantas, la alimentación como base, ya que la misma nos aporta un sin fin de

nutrientes esenciales para que nuestro cuerpo se mantenga sano y funcione correctamente.

La misma es un acompañamiento a la medicina tradicional, ayudando a equilibrar el organismo, pero sin dejar las drogas específicas que nos ha recomendado nuestro médico ya que en muchos casos las mismas son indispensables. De ésta forma cambiando la alimentación, ayudando con meditación, técnicas de relajación o cualquier alternativa de las que ya hemos mencionado, la persona logra recuperarse mucho más fácilmente e incluso muchas veces los malestares y síntomas desaparecen por completo.

El objetivo de la Empresa Naturista se enmarca en la definición del autor; en tanto y en cuanto, está demostrado científicamente los beneficios de la medicina natural que parte de los saberes de nuestros ancestros que, a base de plantas medicinales y una alimentación saludable a base de productos cultivados orgánicamente, consiguieron mantener su organismo libre de productos químicos; en algunos casos, perjudiciales para la salud. (p. 70)

Empresa Naturista se enmarca; en tanto y en cuanto, están demostrados científicamente los beneficios de la medicina natural que parte de los saberes de nuestros ancestros que, a base de plantas medicinales y una alimentación saludable a base de productos cultivados orgánicamente, consiguieron mantener su organismo libre de productos químicos; en algunos casos, perjudiciales para la salud.

### **2.3.1. La hidroterapia**

Según Bueno Cortés, Mariano José 2010 es la “utilización de diferentes técnicas o formas de aplicación del agua con finalidad terapéutica. Es el uso del agua corriente en sus diferentes formas de aplicación, tanto a nivel externo como interno, desde el punto de vista médico”

La hidroterapia es una rama de la medicina física, disciplina que se ocupa del estudio de las terapias basadas en la utilización de agentes físicos no ionizantes, entre los que se encuentra el agua.

Cuando se emplean aguas con una mineralización específica, es decir aguas mineromedicinales y aguas minerales naturales, a los efectos físicos derivados de la aplicación del agua como tal, se suman los específicos derivados de los factores mineralizantes.

Del estudio de las aguas mineromedicinales se ocupa la Hidrología Médica, que es una especialidad de los estudios de medicina que además abarca la hidroterapia, la talasoterapia, la helioterapia y la climatología médica.(p. 80)

Respecto de la hidroterapia, partiendo del hecho que la mayor parte del cuerpo humano es agua, por lo tanto, existe una relación armoniosa en la aplicación de terapias alternas.

#### **2.4. El turismo**

GURRÍA, Manuel (2007), Introducción al Turismo .manifiesta:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”. (p. 14)

El Turismo se trata de una actividad que desarrollan las personas con fines de recreación, salud o descanso, trasladándose a lugares fuera de su lugar de trabajo o residencia, que genera una interrelación con otro grupo de personas que ofertan bienes o servicios y, que su economía se dinamiza gracias al consumo de la demanda.

### 2.4.1. Objetivos del turismo

GURRÍA, Manuel (2007), Introducción al Turismo. Presenta los objetivos del turismo.

- **Objetivo social:** Contribuir a incrementar la oferta de servicios turísticos para clases sociales de bajos ingresos.
- **Objetivo turístico:** Ofrece la posibilidad financiera de paliar la estructura y equipamiento turístico para estratos económicamente débiles.
- **Objetivo de la administración:** Desarrollar un modelo de la inversión en empresas, para dar servicios al turismo popular.(p.17)

Los objetivos del turismo se traducen en una actividad económica que oferta bienes y servicios en un determinado sector, dirigido a personas de todo nivel económico y que dinamiza la economía local.

### 2.4.2. Clasificación del turismo

JIMÉNEZ, Luis (2010) Ecoturismo. Presenta la clasificación del turismo

- **Turismo Místico:** Se denomina así al turismo relacionado con la necesidad del viajero por experimentar un hecho trascendental, entendiendo como tal, a vivir una experiencia que le permita elevarse, encontrarse consigo mismo, integrarse con la naturaleza, conocer la relatividad de la realidad cotidiana, desprenderse del ego, encontrar a Dios.
- **Turismo vivencial:** Es aquel en que el visitante convive con una familia local, donde aprende sus costumbres y hábitos cotidianos. Usualmente familias rurales reciben a turistas ciudadanos para enseñarles sobre la vida en



el campo, sus costumbres, el trabajo de la tierra, el cuidado de los animales, la pesca y la caza.

- **Ecoturismo:** Se lo relaciona con el hecho de viajar a zonas poco invadidas por el hombre, para estar en contacto con la naturaleza. Pero no solo con la intención de estar en un lugar tranquilo, sino más bien para conocer y aprender sobre los ecosistemas; la interrelación de la flora y la fauna en su entorno natural.
- **Turismo cultural:** Lo desarrollan aquellas personas interesadas en conocer y aprender arte e historia. También se visitan comunidades ancestrales para relacionarse con artesanos y músicos del lugar.
- **Turismo aventura:** Lo buscan quienes quieren unas vacaciones "activas". Podría definirse como recreación al aire libre, donde el propósito del viaje es experimentar y tomar parte de actividades con cierto riesgo e incertidumbre sobre su resultado. Que requiere de esfuerzo físico y actitud mental positiva para su desempeño, y una gran descarga de adrenalina (p.12).

La clasificación del turismo enfoca las necesidades e intereses de las personas, que por diversión, descanso, salud o fe se movilizan hacia otros sectores.

#### 2.4.3. Ventajas del turismo

El autor, BOULLON, Roberto, (2005) Las Actividades Turísticas y Recreacionales. Menciona las ventajas del turismo.

- **La Integración de las familias:** Esta es una de las más importantes generada por el turismo, puesto que permite el dialogo, la interacción y el esparcimiento del núcleo familiar en determinadas ocasiones.

- **Aprovechamiento y Explotación de los recursos Naturales:** este se realiza con el fin de crecer y brindar nuevas alternativas para el turista, teniendo siempre en cuenta la capacidad de carga que posee el lugar.
- **Seguridad:** Gracias a los programas implementados por el Gobierno se a mejorado mucho en este aspecto, así hemos logrado que los turistas se sientan más seguros en el momento de salir de vacaciones, ya sea vía terrestre, aérea, marítima.
- **La Conservación de lugares Históricos y turísticos:** Con el fin de mejorar y de conservar, nuestra historia para el turista y la comunidad.
- **Creación de nuevas infraestructuras:** Este se lleva a cabo en todo lugar que se desea utilizar como destino Turístico, ya que se hace necesario la mejora de estos lugares, para así brindar un excelente servicio.
- **Generación de empleos:** Gracias a las grandes inversiones que se realizan para llevar a cabo estos proyectos turísticos, muchas personas se ven beneficiadas.
- **Desarrollo de nuevas tecnologías:** En cada instante que pasa se crean nuevas herramientas tecnológicas, lo que hace necesario estar siempre actualizados.
- **Genera grandes cambios Sociales, Culturales y Religiosos:** Este es un factor muy contradictorio. Ya que es bueno interactuar con otras personas y darnos a conocer, como gente que posee grandes cualidades.
- **Destinos para todos los Gustos y Exigencias:** Gracias a la gran variedad de destinos que podemos brindarle a todos los turistas ya sean nacionales o internacionales, se logra una mayor cobertura y satisfacción de estos.

- **Importancia de la Administración Turística y Hotelera:** Para el buen desarrollo del Turismo se hace necesario de especializar y utilizar todo el recurso humano posible, con el fin de brindar un servicio de alta calidad y así obtener reconocimiento por esto las ventajas del turismo son variadas y engloba los intereses de los diferentes actores, sean estos, intereses de tipo familiar, de tipo empresarial, de salud, de creencias religiosas, de cultura, de conservación del medio ambiente, de aventura y otros.

En todo caso, las ventajas del turismo conllevan a una interrelación entre personas o grupo de personas que provienen de diferentes lugares, con culturas y creencias diferentes, pero con un mismo objetivo.

#### **2.4.4. El turismo ecológico**

Según información de la página [www.ministeriodeturismo.com](http://www.ministeriodeturismo.com)

El turismo ecológico o ecoturismo es una nueva tendencia del turismo alternativo diferente al turismo tradicional.

El turismo ecológico, también conocido como ecoturismo, resalta la importancia de la preservación y la sustentabilidad o sostenibilidad. Por eso intenta sensibilizar al viajero sobre estos temas y busca un acercamiento entre el turista y la comunidad de acogida.

Por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas, grupos y cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.

Debido a su auge el ecoturismo ya se convirtió en el segmento de más rápido crecimiento y el sector más dinámico del mercado turístico a escala

mundial. Este movimiento apareció a finales de la década de 1980, y ya ha logrado atraer el suficiente interés a nivel internacional, al punto que la ONU dedicó el año 2002 al turismo ecológico.

El ecoturismo se caracteriza por estar fuertemente orientado al desarrollo sostenible y por lo tanto se sustenta en el cumplimiento de siete componentes:

- Contribuye a la conservación de la biodiversidad.
- Sostiene el bienestar de la población local.
- Incluye una experiencia de aprendizaje / interpretación
- Involucra la acción responsable por parte de turistas y de la industria turística.
- Es ofrecido primordialmente a grupos pequeños por pequeñas empresas.
- Requiere el consumo más bajo posible de recursos no renovables.
- Enfatiza la participación local, propiedad y oportunidad de negocios para la población rural.

En la actualidad, se considera al Turismo Ecológico como una alternativa viable para generar ingresos económicos de manera sustentable y sostenible a pequeñas empresas o grupo de personas, aprovechando los recursos naturales de una cierta localidad, con una visión de conservación ecológica.

## **2.5. Desarrollo del turismo en el Ecuador**

El desarrollo turístico del país formará parte de la edición de la Revista “The Business Year 2012: Ecuador”, que promoverá la economía ecuatoriana, entre aproximadamente 80 mil suscriptores de todo el mundo.

Los grandes sectores de la economía como: finanzas, turismo, industrias, energía, agricultura, transporte y otros, serán analizados en esta edición dedicada al Ecuador, para promover una visión completa del país en su

entorno empresarial, mostrar las oportunidades que tienen los potenciales inversores y fomentar el comercio internacional.

El Gobierno Nacional ha decidido que “el futuro del Ecuador es el turismo” y para cumplir con ese objetivo el Ministerio está impulsando un nuevo modelo turístico que garantice la conservación de toda la riqueza y mega diversidad, para que disfruten las futuras generaciones, afirmó, el Ministro.

Se trata, agregó, de un nuevo modelo de vida que está ligado a la práctica de un turismo consciente y sostenible y que ha sido ampliamente acogido en foros y organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo y la Organización de Estados Americanos.

Ecuador es un mundo por descubrir, pues en comparación con otros países apenas ha desarrollado el 15% de su turismo, dijo el Ministro Ehlers, al señalar que el país apuesta por un turismo sostenido y responsable.

El impulso a las Áreas Turísticas Protegidas, la categorización de hoteles, la optimización de los servicios y el posicionamiento del turismo consciente, forman parte de los proyectos que mencionó el Ministro durante el diálogo.

El gobierno nacional ha iniciado una agresiva campaña para promocionar en el país el turismo interno y externo, como una estrategia para atraer inversión nacional y extranjera que permita ubicar a nuestro país como una potencia a nivel mundial en el área turística.

## 2.6. Clasificación de los estados financieros

Según la página [www.virtual.unal.edu.co/cursos/](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/)

### 1. Balance general

El estado de situación financiera o Balance General muestra el monto del activo, pasivo y capital en una fecha específica. En otras palabras, dicho estado muestra, los recursos que posee el negocio, lo que debe y el capital aportado por los dueños.

PROPIEDADES=PARTICIPACIONES

ACTIVO=PASIVO + PATRIMONIO

### 2. Estado de resultados

Este estado financiero muestra detallada y ordenadamente cómo se obtuvo la utilidad o pérdida (Ingresos menos Costos y Gastos) en un determinado período de tiempo.

### 3. Estado de cambios en el patrimonio

Este estado financiero muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un periodo, además de la aplicación de las ganancias retenidas en periodos anteriores.

### 4. Estado de cambios en la situación financiera

Se utiliza para mostrar los cambios y las causas de dichos cambios; por ejemplo: los movimientos y aplicaciones de los recursos provenientes de las operaciones y de otras fuentes.

La forma de presentación varía según la necesidad de la empresa; ejemplo: Estado de Origen y Aplicación de Recursos.

#### Origen de recursos

- Disminución del activo
- Aumento del pasivo
- Aumento del patrimonio

#### Aplicación de recursos

- Aumento del activo
- Disminución del activo
- Disminución del Patrimonio

#### 5. El estado de flujo de efectivo

Es el estado financiero en el que se refleja la solvencia y estabilidad de la empresa. En él se deducen de los datos contables, la capacidad de la empresa, tanto para financiar sus actividades como para atender el pago de las obligaciones en sus vencimientos.

El análisis financiero permite obtener un conocimiento integral de una empresa a través de un estado financiero, para conocer la base de sus principios, operaciones que nos permiten obtener conclusiones para dar una opinión sobre la buena o mala política administrativa seguida por el negocio sujeto a estudio.





## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Presentación**

El estudio de mercado es una herramienta de investigación que permite identificar la demanda, oferta, precios y estrategias a aplicar al producto o servicio, resultados que son manipulados, analizados y procesados mediante la técnica estadística para comprobar la aceptación o rechazo por parte de los consumidores, posteriormente relacionarle con la producción actual del servicio y determinar su demanda insatisfecha en caso de que exista.

Se definen las características y especificaciones del servicio; Identificando el tipo de clientes interesados en los servicios a producir, para la elaboración de estrategias de comercialización que permitan el ingreso al mercado, considerando la demanda insatisfecha para lograrlo y la potencial para crecer.

Esta investigación determinará la factibilidad en términos de mercado para la producción del servicio a generar, cuyas características deben ser aceptadas en el mercado que se pretende intervenir.

#### **3.2. Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.2.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda insatisfecha del servicio turístico a ofertar, tomando en cuenta la aceptación por parte de turistas locales, nacionales y extranjeros, que avalarán la creación del Centro Naturista de Hidroterapia y Turismo Ecológico en la comunidad de Iruguincho.

### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Analizar la demanda del servicio del Centro Naturista y Turismo Ecológico en la comunidad de Iruguincho.
- Establecer la oferta existente dentro del área de influencia del proyecto.
- Determinar los precios de los servicios del Centro Naturista y Turismo Ecológico en el sector de estudio.
- Diseñar estrategias comerciales que permitan persuadir e incentivar al consumo de servicios a ofertar.

### **3.2.3. Variables**

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias comerciales

### **3.2.4. Indicadores**

- Demanda
  - Tipo de servicio
  - Calidad del servicio
  - Frecuencia de visitas
  - Cantidad de turistas
- Oferta
  - Experiencia del negocio
  - Competencia
  - Capacidad
- Precio
  - Nivel de precios
  - Determinación del precio
  - Insumos

- Servicios
- Estrategias Comerciales
  - Servicio
  - Precio
  - Plaza
  - Publicidad

### 3.2.5. Matriz de relación del estudio de mercado

Tabla 15

*Matriz de relación del estudio mercado*

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Analizar la demanda del servicio de turismo en la Comunidad de Iruguincho.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tipo de servicio</li> <li>➤ Calidad de servicio</li> <li>➤ Frecuencia de visita</li> <li>➤ Cantidad de turistas</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Turistas
Establecer la oferta existe dentro del área de influencia del proyecto	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Experiencia del negocio</li> <li>➤ Competencia</li> <li>➤ Capacidad</li> </ul>	Primaria	Encuesta  Observación directa	Competencia
Determinar los precios de los servicios turísticos en el sector de estudio.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nivel de precios</li> <li>➤ Determinación del precio</li> <li>➤ Insumos</li> <li>➤ Servicios</li> </ul>	Primaria	Encuesta  Observación directa	Turistas Competencia
Diseñar estrategias comerciales que permitan persuadir e incentivar al consumo de servicios turísticos.	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Servicio</li> <li>➤ Precio</li> <li>➤ Plaza</li> <li>➤ Publicidad</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta  Bibliografía	Turistas Competencia Documental

Elaborado: por la Autora- Marzo 2013

### 3.3. Mecánica operativa del estudio

La técnica para la realización del estudio de mercado seguirá el siguiente procedimiento:

#### 3.3.1. Identificación de la población en estudio

La primera población objeto de estudio son los turistas que visitan los lugares turísticos de la parroquia de San Blas, comunidad de Iruguincho, siendo 1.200 en promedio al año los visitantes locales, nacionales e internacionales que llegan al sector de acuerdo a una entrevista realizada el día 10 de marzo del año 2013 en el sector al Administrador de las piscinas de Timbuyacu.

La segunda población a estudiar son los establecimientos turísticos de la parroquia de San Blas, comunidad de Iruguincho, dato proporcionado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Urcuquí.

#### 3.3.2. Muestra

Considerando que población de turistas a estudiar es significativa se decidió obtener una muestra representativa, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

#### Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

d<sup>2</sup>= Varianza 0,25

Z= Nivel de Confianza

#### Datos:

$$N = 1200$$

$$d^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96 \quad n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(1200)}{(0,05)^2 (1200-1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$e = 5\%$$

$$n = 291$$

Aplicando la fórmula, la muestra de 291 turistas a los que se debe encuestar.

### 3.3.3. Técnicas de investigación

Las técnicas a utilizar son:

Información primaria:

- Encuesta: se la realizará a los turistas que visitan los lugares turísticos de la parroquia de San Blas, comunidad de Iruguincho.
- Entrevistas: Como también a los dueños o administradores de establecimientos similares al propuesto por el proyecto.
- Observación directa: consiste en visitar personalmente los lugares en estudio.
- Información secundaria: se la obtendrá de libros, revistas especializadas, folletos y trabajos relacionados al tema e internet.

### 3.4. Tabulación y análisis de la información.

### 3.4.1. Resultados de la encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario de Timbuyacu en la parroquia San Blas, Cantón Urcuquí.

Pregunta 1. ¿Cuál es su lugar de origen?

Tabla 16

*Turistas que visitan el balneario de Timbuyacu en la parroquia San Blas, cantón Urcuquí.*

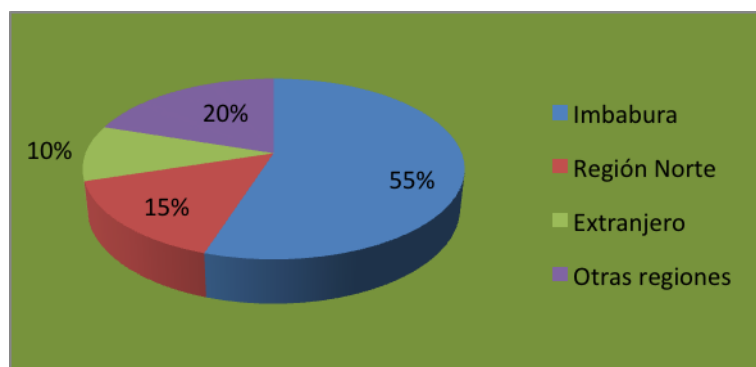
Alternativas	N°	%
Imbabura	160	55%
Región Norte	44	15%
Extranjero	29	10%
Otras regiones	58	20%
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 12

*Turistas que visitan el balneario de Timbuyacu en la parroquia San Blas, cantón Urcuquí*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

#### **Análisis:**

La mayoría de los encuestados, son de la provincia de Imbabura, por la facilidad para trasladarse y disfrutar de los atractivos que el Cantón Urcuquí brinda, seguido por los visitantes de otras regiones y por turistas de la región norte del país y sólo un porcentaje pequeño de personas extranjeras. Situación a tomar en cuenta para elaborar la segmentación del mercado del proyecto

Pregunta 2. ¿Ud. ha realizado turismo, visitando lugares que existen en la Provincia de Imbabura?

Tabla 17

*Alternativas de visitas a lugares turísticos en la provincia de Imbabura*

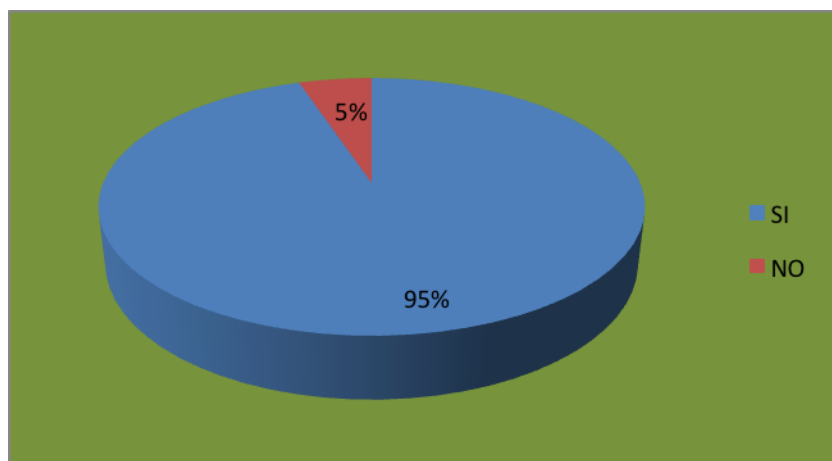
Alternativas	N°	%
SI	276	95%
NO	15	5%
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario-Marzo 2013

Gráfico 13

*Alternativas de visitas a lugares turísticos en la provincia de Imbabura*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

### **Análisis:**

La mayoría de turistas manifiestan que sí han realizado turismo visitando otros lugares de la Provincia de Imbabura, solo una minoría no ha visitado otros sitios turísticos de la localidad. Garantizando la participación de una mayoría turística que si conoce la oferta turística existente en la provincia.



Pregunta 3. ¿Conoce un centro de hidroterapia (Cantón Urcuquí) que presente servicios de restaurante, bar, paseos senderos, piscina, sauna y turco?

Tabla 18

*Alternativas de servicios del centro naturista de hidroterapia*

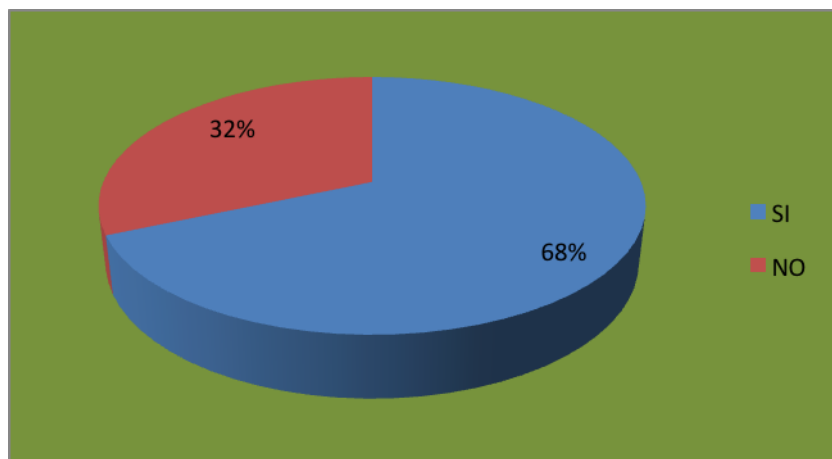
Alternativas	N°	%
SI	189	68%
NO	87	32%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 14

*Alternativas de servicios del centro naturista de hidroterapia*



Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

### **Análisis:**

De los turistas encuestados, la mayor parte comenta que conocen de un centro de hidroterapia con todos los servicios indicados, solo una minoría manifiesta que no conoce algo parecido a lo propuesto, por lo que se tomará en cuenta para el establecimiento de la demanda insatisfecha del proyecto.

Pregunta 4. ¿Estaría dispuesto a asistir al centro de hidroterapia en el balneario de Timbuyacu?

Tabla 19

*Afluencia de turistas al centro naturista de hidroterapia*

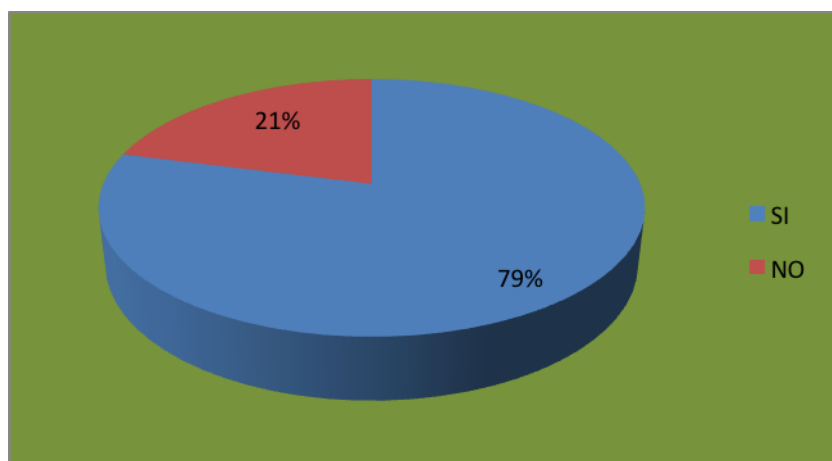
Alternativas	N°	%
SI	218	79%
NO	58	21%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario-Marzo 2013

Gráfico 15

*Afluencia de turistas al centro naturista de hidroterapia*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario - Marzo 2013

### **Análisis:**

La mayoría de turistas están predispuestas asistir al balneario de Timbuyacu, lo que puede ser considerada como la demanda aparente para la presente propuesta, ya que su efectividad dependerá de la calidad de servicios y de las estrategias de marketing a implementarse.

Pregunta 5. ¿Sabía Ud. que la parroquia San Blas presenta varios atractivos turísticos?

Tabla 20

*Alternativas de atractivos turísticos de la parroquia San Blas*

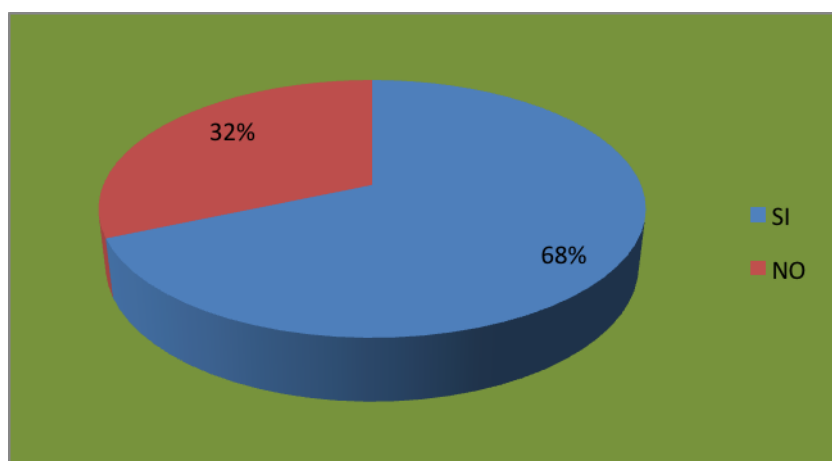
Alternativas	Nº	%
SI	189	68%
NO	87	32%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 16

*Alternativas de atractivos turísticos de la parroquia San Blas.*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

### **Análisis:**

La mayoría conoce sobre los atractivos turísticos que posee la parroquia de San Blas, lugar donde se ubica en el Centro de Hidroterapia, a pesar que es muy escasa la promoción que se hace al respecto, por lo que sería importante trabajar en estrategias que promocionen los atractivos turísticos de la parroquia.

Pregunta 6. ¿Con quién acudiría a recibir este tipo de servicios?

Tabla 21

*Preferencia de compañías para visitar el centro naturista de hidroterapia*

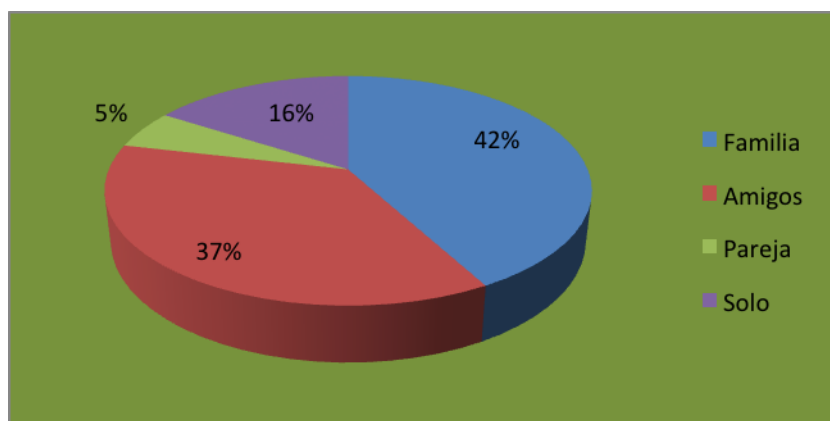
Alternativas	Nº	%
Familia	116	42%
Amigos	101	37%
Pareja	15	5%
Solo	44	16%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 17

*Preferencia de compañías para visitar el centro de hidroterapia*



Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

### Análisis:

La mayoría de los turistas coinciden en que la mejor opción para visitar el lugar es en compañía de la familia y amigos, seguida por la pareja o solo. Lo que incrementará la llegada de turistas al sector, aspectos a considerar para establecer una oferta diversificada de servicios en función de la compañía con quien visiten el balneario.

Pregunta 7. ¿Cada qué tiempo visitaría el Centro de Hidroterapia de Timbuyacu?

Tabla 22

*Tiempo que visitaría el centro naturista de hidroterapia*

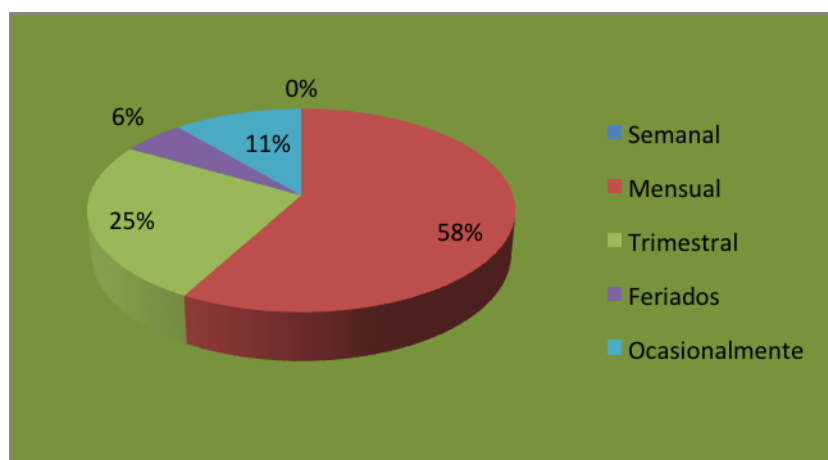
Alternativas	Nº	%
Semanal	0	0%
Mensual	160	58%
Trimestral	70	25%
Feriados	15	6%
Ocasionalmente	31	11%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 18

*Tiempo que visitaría el centro naturista de hidroterapia*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario-Marzo 2013

### **Análisis:**

Los turistas coinciden en el tiempo que permanecerán en el centro naturista de hidroterapia será mensual y trimestral, seguida por las visitas ocasionales y feriados, lo que permitirá establecer el flujo de asistencia para organizar y planificar en cuanto al manejo de los recursos humanos y materiales para atenderlos eficientemente

Pregunta 8. ¿Servicios que preferiría del Centro de hidroterapia de Timbuyacu?

Tabla 23 *Servicios que elegiría del centro naturista de hidroterapia*

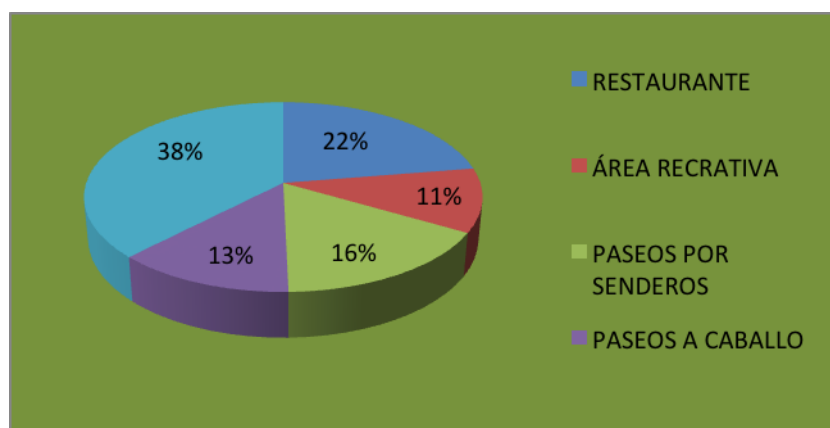
Alternativas	N°	%
Restaurante	62	22%
Área recreativa	30	11%
Paseos por senderos	45	16%
Paseos a caballo	35	13%
Piscina, sauna y turco	104	38%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 19

*Servicios que elegiría del centro naturista de hidroterapia*



Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

### Análisis:

Los turistas consideran que el servicio que más solicitarían es piscina, sauna, turco e hidromasaje, seguida por el servicio de restaurante, paseos por senderos, y en menor proporción el servicio de paseos a caballo y áreas recreativas; mismos que se tomará en cuenta para la elaboración de paquetes turísticos en función de sus preferencias.

Pregunta 9. ¿Qué tiempo permanecería visitando un atractivo turístico?

Tabla 24

*Tiempo que permanecería en el atractivo turístico*

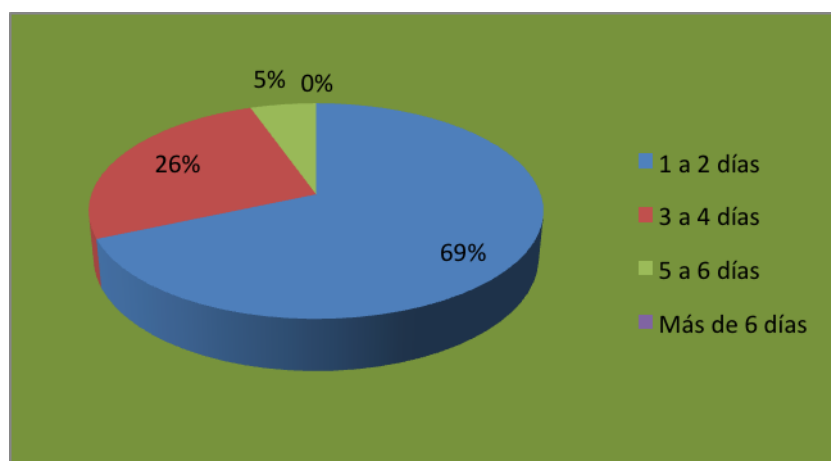
Alternativas	Nº	%
1 a 2 días	189	69%
3 a 4 días	72	26%
5 a 6 días	15	5%
Más de 6 días	0	0%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por la autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario – Marzo 2013

Gráfico 20

*Tiempo que permanecería en el atractivo turístico*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario - Marzo 2013

### **Análisis:**

El tiempo más idóneo para permanecer en el centro es de 1 a 2 días, seguido de 3 a 4 días y una minoría dice querer permanecer de 5 a 6 días en adelante, datos importantes para establecer la rotación de permanecía y determinar el flujo de turistas para medir la capacidad de ocupación.

Pregunta 10. ¿Cuál de los siguientes medios de publicidad es de su preferencia?

Tabla 25

*Medios de comunicación para conocer los servicios del centro naturista de hidroterapia*

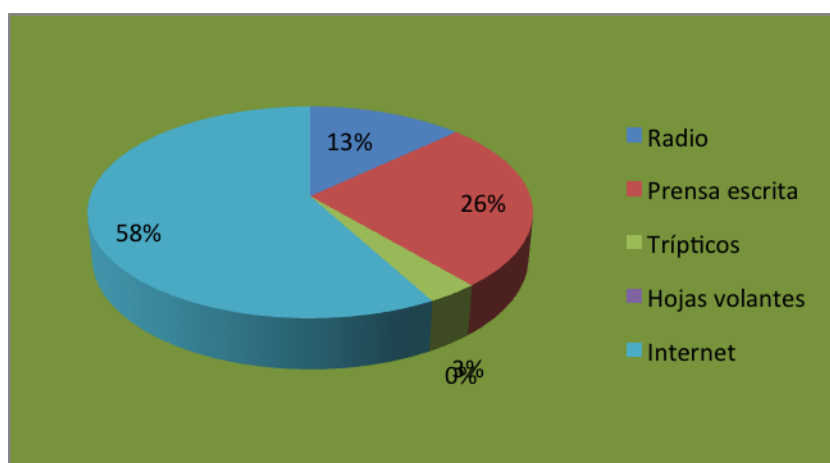
Alternativas	Nº	%
Radio	36	13%
Prensa escrita	71	26%
Trípticos	9	3%
Hojas volantes	0	0%
Internet	160	58%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 21

*Medios de comunicación para conocer los servicios del centro naturista de hidroterapia*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario-Marzo 2013

### **Análisis:**

Los turistas prefieren como medio de publicidad el internet, seguido por la prensa escrita y la radio, información relevante para establecer el medio a través del cual se promocionará el centro de hidroterapia.



Pregunta 11. ¿De acuerdo a sus ingresos, cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios del Centro?

Tabla 26

*Costos a pagar por los servicios de restaurante en el centro naturista de hidroterapia.*

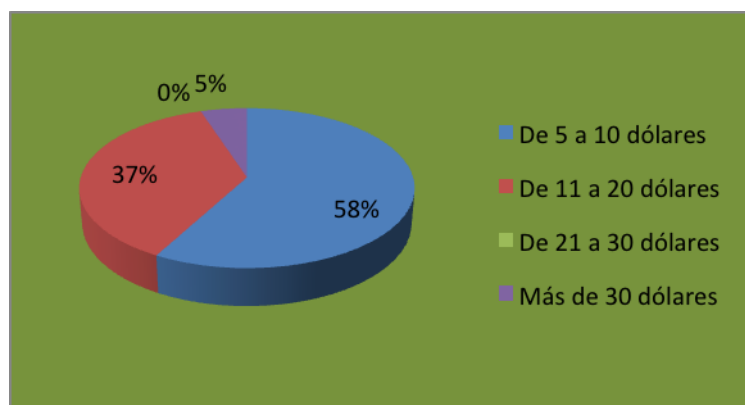
Alternativas	N°	%
De 5 a 10 dólares	160	58%
De 11 a 20 dólares	102	37%
De 21 a 30 dólares	0	0%
Más de 30 dólares	14	5%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario-Marzo 2013

Gráfico 22

*Costos a pagar por los servicios de restaurante en el centro naturista de hidroterapia.*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

### **Análisis:**

La mayoría de turistas están predispuestos a pagar por el servicio de restaurante entre 5 y 1 dólares, seguido de 11 a 20 dólares y una minoría de más de 30 dólares, información fundamental para el establecimiento de los precios en el restaurante.

Tabla 27

*Costos a pagar por los servicios de sauna - turco e hidromasaje en el centro naturista de hidroterapia.*

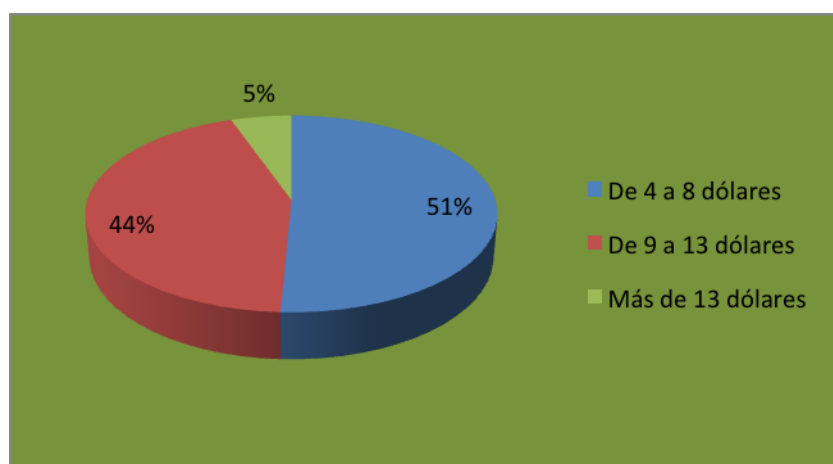
Alternativas	Nº	%
De 4 a 8 dólares	140	51%
De 9 a 13 dólares	121	44%
Más de 13 dólares	15	5%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por: la Autora**

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 23

*Costos a pagar por los servicios de sauna - turco e hidromasaje en el centro naturista de hidroterapia*



Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario-Marzo 2013

### **Análisis:**

La mayoría de turistas están predispuestos a pagar por el servicio de piscina, sauna, turco e hidromasaje de 4 a 8 dólares, seguido de 9 a 13 dólares y una minoría más de 13 dólares, información fundamental para el establecimiento de los precios de estos servicios a ofertarse en el centro.

Tabla 28

*Costos apagar por los servicios de paseos por senderos en el centro naturista de hidroterapia*

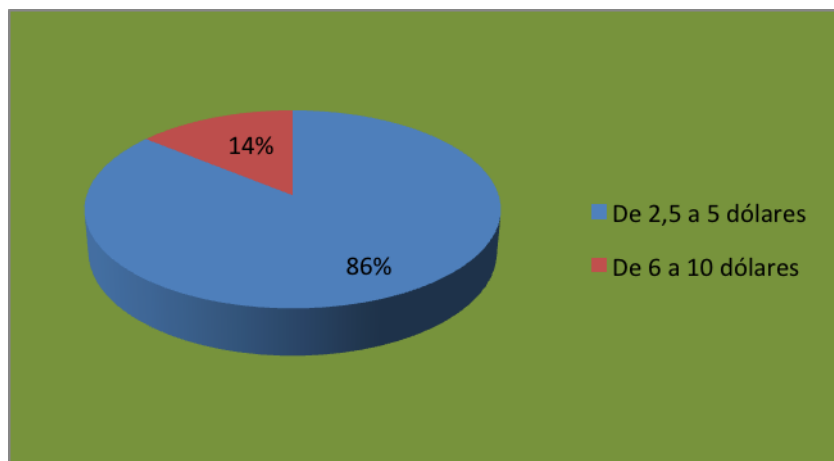
Alternativas	Nº	%
De 2,5 a 5 dólares	237	86%
De 6 a 10 dólares	39	14%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 24

*Costos apagar por los servicios de paseos por senderos en el centro naturista de hidroterapia*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario -Marzo 2013

**Análisis:** Por el servicio de paseos por senderos la mayoría están dispuestos a pagar de 2,5 a 5 dólares, seguido por de 6 a 10 dólares; Información fundamental para el establecimiento de los precios de paseos por senderos del cliente.

Tabla 29

*Costos a pagar por los servicios de área recreativa en el centro naturista de hidroterapia*

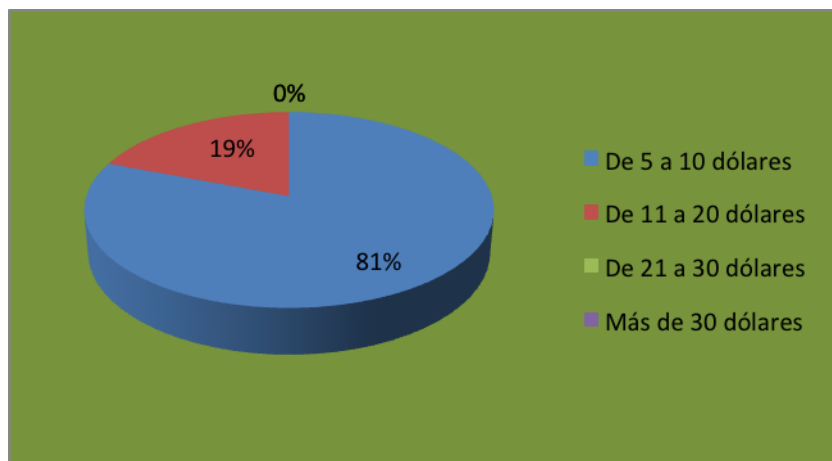
Alternativas	Nº	%
De 5 a 10 dólares	223	81%
De 11 a 20 dólares	53	19%
De 21 a 30 dólares	0	0%
Más de 30 dólares	0	0%
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

Gráfico 25

*Costos a pagar por los servicios de área recreativa en el centro naturista de hidroterapia.*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan el balneario- Marzo 2013

### **Análisis:**

El precio para el uso de áreas recreativas la mayoría indica que deben estar entre 5 y 10 dólares, seguido por el pago de 11 a 20 dólares. Información relevante para el establecimiento de los precios del uso de las áreas recreativas.

### 3.4.2. Perfil del visitante en la zona del proyecto.

Con los datos obtenidos en el proceso de tabulación de la información respecto al flujo de turistas, se ha procedido a determinar el perfil del visitante en la zona del proyecto.

Tabla 30  
*Caracterización general del visitante*

DATOS GENERALES	
Lugar de origen	El grupo mayoritario es de Imbabura (55%), turistas extranjeros (10%), el resto proviene de la región norte (15%) y de otras regiones (20%).
Visita a la provincia de Imbabura	El 95% ha visitado la Provincia de Imbabura, mientras que el 5% indica que no ha visitado nuestra provincia.
Conocimiento de un centro de hidroterapia con todos los servicios a ofertar	En su gran mayoría no conocen o conocen pocos de un centro que brinde los servicios de manera total (79%) mientras que también existe un porcentaje mínimo dice que si conoce (21%).
Aceptación de asistir al centro de hidroterapia	En su totalidad están dispuestos a visitar el centro en mención (79%) y en mayor parte (21%).
MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA	
Conoce los atractivos turísticos de la parroquia San Blas	El 32% no conoce, el 47% conoce poco, el 11% la mayor parte y el 10% en su totalidad.
En compañía de quien visitaría el centro	Un 79% lo haría con la familia y amigo, 5% con su pareja y 16% solo.
Cada cuando visitaría el centro	El 58% visitaría mensualmente, el 25% trimestralmente y el resto lo haría feriados y ocasionalmente (17%).
PRESTACIÓN DEL SERVICIO	
Preferencia de servicios	El 38% prefiere el servicio de piscina, sauna, turco e hidromasaje, seguido por el 22% servicio de restaurante, el 16% paseos por senderos, 13% paseos a caballo y 11% áreas recreativas.
Tiempo de permanencia	El 69% considera que debería ser de 1 a 2 días, el 26% de 3 a 4 días, el 5% de 5 a 6 días y el 0% más de 6 días.
Precios de los servicios	Por el servicio de restaurante el 58% dice poder pagar de 5 a 10 dólares y el 37% de 11 a 20. Por el uso del área recreativa el 81% dice poder pagar de 5 a 10 dólares y el 19% de 11 a 20 dólares. Por los paseos por senderos dicen poder pagar el 86% de 2,5 a 5 dólares y el 14% de 6 a 10 dólares. Por sauna, turco y demás el 51% dicen poder pagar de 4 a 8 dólares y el 44% de 9 a 13 dólares.
Medios de comunicación	El medio de comunicación que más utilizan es el internet (58%), seguido por la prensa escrita (26%), la radio (13%) y resto utiliza los medios restantes.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a turistas que visitan en balneario- Marzo 2013

La demanda se establece un mercado constituido por turistas residentes y no residentes que visitan la parroquia de San Blas, definida por las características obtenidas del presente estudio como son

### 3.5. Identificación del servicio

El Centro de Hidroterapia, tiene como finalidad brindar un servicio eficiente y de calidad; satisfaciendo a los turistas que llegan de diferentes lugares del país; para lo cual se contará con la infraestructura adecuada y el talento humano experimentado.

Los servicios a brindar por parte del Centro de Hidroterapia, determinados en base a los gustos y preferencias de los turistas que visitan el sector son los siguientes:

Tabla 31

*Servicios que brindará el centro naturista de hidroterapia*

SERVICIOS
Sauna, turco e hidromasaje
Gastronomía
Caminata
Áreas recreativas
Paseos a caballo

Elaborado por: La Autora- Marzo 2013

### 3.6. Mercado meta

El mercado meta al cual va dirigido el servicio son los turistas locales, nacionales y extranjeros, que desean alternativas nuevas de contacto con la naturaleza.

### 3.7. Análisis de la demanda

Aquí corresponde determinar el comportamiento de nuestros consumidores de los servicios turísticos.

### 3.7.1. Demanda histórica

El flujo turístico ha crecido constantemente en los últimos 5 años, excepto en el año 2010, como indican las cifras a continuación detalladas, de ahí que se pudo establecer la tendencia de crecimiento; que relacionada con el nivel de preferencia obtenida en el estudio de mercado se establecerá la demanda actual.

Tabla 32

*Demanda histórica en N°. De turistas cantón- Urcuquí*

AÑO	DEMANDA HISTÓRICA EN NO. TURISTAS	$i = \frac{C_n - C_o}{C_o} \cdot 1$
2007	89440	
2008	97490	0,090%
2009	104510	0,072%
2010	100853	(0,035)%
2011	107207	0,063%
Total		$\sum i = 0,190\%$

Fuente: Dirección de Turismo del Gobierno Provincial de Imbabura- Marzo 2013

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,190}{4} = 0,0475$$

$$i = 4,75\%$$

La tasa de crecimiento del flujo turístico del cantón Urcuquí en los últimos cinco años es 4,75%.

### 3.7.2. Identificación de la demanda actual

La demanda actual son el número de turistas que visitaron el cantón en el año 2011 (107.207 turistas), valor que se estimará para el año 2012 tomando la tasa de crecimiento de turistas al sector en los últimos cinco años (4,75%).

Tabla 33

*Identificación de la demanda actual en turistas- cantón Urcuquí.*

AÑO	DEMANDA ACTUAL EN No. TURISTAS
2012	107.207 * 1,0475 = 112.299

Elaborado por: La Autora - Marzo 2013

### **Cálculo:**

Turistas visitan anualmente Urcuquí:	112.299
% Preferencia por el Centro de Hidroterapia (79%)	88.716
(Estudio de Mercado pregunta no 4)	

**TOTAL DEMANDA ACTUAL: 88.716**

### **3.7.3. Proyección de la demanda**

Con la tasa de crecimiento del turismo obtenida de la información histórica; se procede a establecer el flujo de turistas para los próximos cinco años, utilizando la fórmula del monto.

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Donde:

D<sub>n</sub>= Demanda Futura

D<sub>o</sub>= Demanda Histórica

I= Tasa de Crecimiento

N= Año Proyectado

*PRIMER AÑO*

$$88.716 * (1+0,0475) = 92.930,01$$

*SEGUNDO AÑO*

$$92.930,01 * (1+0,0475) = 97.344,19$$



*TERCER AÑO*

$$97.344,19 * (1+0,0475) = 101.968,03$$

*CUARTO AÑO*

$$101.968,03 * (1+0,0475) = 106.811,52$$

*QUINTO AÑO*

$$106.811,52 * (1+0,0475) = 111.885,06$$

Partiendo de la demanda estimada actual (88.716), se proyecta la demanda para los próximos 5 años de vida del proyecto, utilizando la fórmula del monto, como se indica en las operaciones realizadas en la parte superior.

Tabla 34

*Proyección de la demanda en turistas*

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN Nº. TURISTAS
2013	92.930
2014	97.344
2015	101.968
2016	106.812
2017	111.885

Elaborado por: La Autora- Marzo 2013

### 3.7.4. Análisis de la competencia

Como manifiesta el estudio de mercado, la competencia está constituida por el número de establecimientos que brindan servicios turísticos, cuatro locales en lo que es el Cantón Urcuquí, a quienes se les encuestó, obteniendo los siguientes resultados.

### 3.7.5. Resultados de la encuesta dirigida a establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí.

Tabla 35

*Establecimientos turísticos del cantón urcuquí*

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
1	Arcoiris
2	Agua Santa Chachimbiro
3	Hostería san Francisco
4	Hacienda Chachimbiro

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta dirigida a establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí-Marzo 2013

1. ¿Con la experiencia que tiene en el negocio, considera que la creación de un Centro de Hidroterapia en Timbuyacu, es una actividad rentable?

Tabla 36

*La creación del centro de hidroterapia es una actividad rentable*

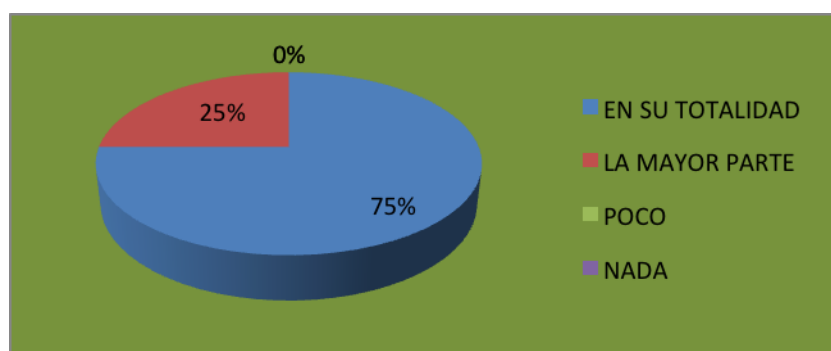
ALTERNATIVAS	Nº	%
En su totalidad	3	75%
La mayor parte	1	25%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	4	100%

Elaborado por: la Autora.

Fuente: Encuesta dirigida a establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí -Marzo 2013.

Gráfico 26

*La creación del centro de hidroterapia es una actividad rentable.*



Elaborado por: la Autora

Fuente: Encuesta dirigida a establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí -Marzo 2013

### **Análisis:**

Consideran rentable la creación de un Centro de Hidroterapia, a pesar de la limitada publicidad existente para ofertar los atractivos turísticos del sector.

### 2. ¿Qué servicios prestan a sus clientes?

Tabla 37

*Servicios que brindan los establecimientos –cantón Urcuquí*

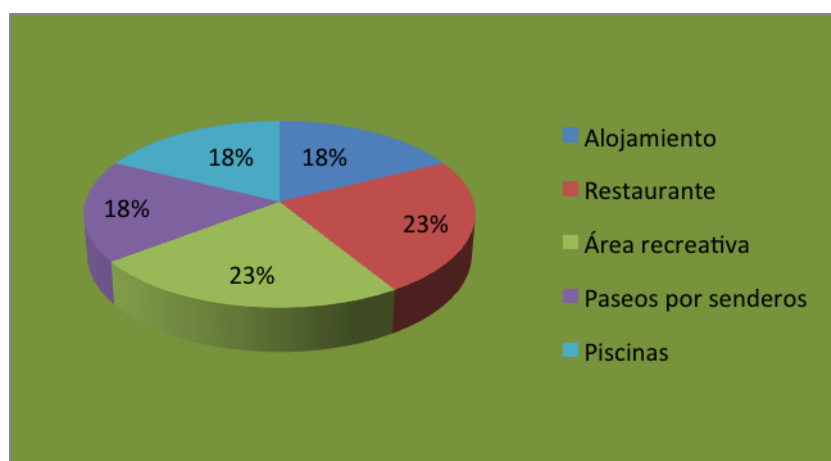
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Alojamiento	3	18%
Restaurante	4	23%
Área recreativa	4	23%
Paseos por senderos	3	18%
Piscinas	3	18%
Total	17	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí -Marzo 2013

Gráfico 27

*Servicios que brindan los establecimientos –cantón Urcuquí*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos Cantón Urcuquí - marzo 2013

### **Análisis:**

La mayoría de establecimientos ofertan servicios una gran variedad de servicios turísticos en el sector, existiendo una gran similitud entre cada uno de ellos.

3. ¿Qué días a la semana considera que su establecimiento, recibe el mayor número de turistas?

Tabla 38

*Días que recibe mayor número de turistas en los establecimientos-cantón Urcuquí.*

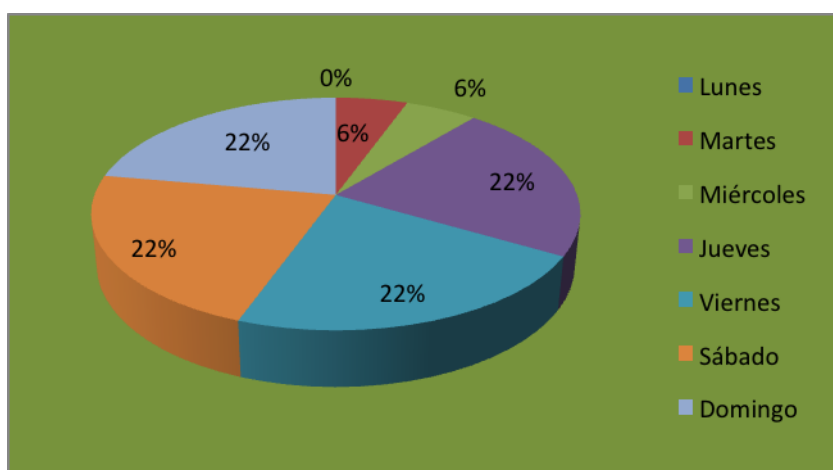
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Lunes		
Martes	1	6%
Miércoles	1	6%
Jueves	4	22%
Viernes	4	22%
Sábado	4	22%
Domingo	4	22%
Total	23	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí-Marzo 2013

Gráfico 28

*Días que recibe mayor número de turistas en los establecimientos-cantón Urcuquí*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí- Marzo 2013

### Análisis:

La mayor demanda de servicios comienza los fines de semana desde el día jueves en adelante, ya que ven apropiado los turistas para visitar los lugares turísticos que posee el Cantón.

#### 4. ¿Qué precios han fijado para los servicios antes mencionados?

##### a. Alojamiento

Tabla 39

*Alojamiento en establecimientos- cantón Urcuquí*

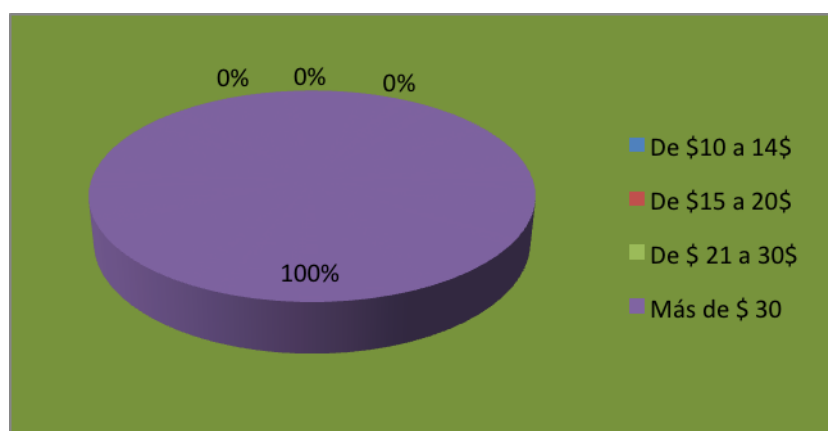
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
De \$10 a 14\$	0	0
De \$15 a 20\$	0	0
De \$ 21 a 30\$	0	0
Más de \$ 30	4	100
Total	4	100

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí - Marzo 2013

Gráfico 29

*Alojamiento en establecimientos-cantón Urcuquí*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí - Marzo 2013

#### **Análisis:**

El precio establecido para el servicio de alojamiento es más de 30 dólares, este precio comprende otros servicios adicionales que cubre su costo, como son el uso de las instalaciones, piscina, sauna y canchas deportivas con que cuenta la hostería.

## b. Restaurante

Tabla 40

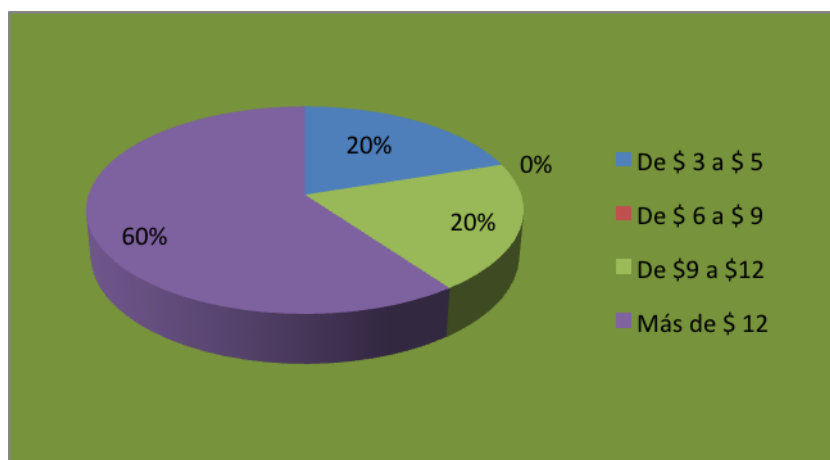
*Servicio restaurante en establecimientos cantón- Urcuquí*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
De \$ 3 a \$ 5	1	20
De \$ 6 a \$ 9	0	0
De \$9 a \$12	1	20
Más de \$ 12	2	60
Total	4	100

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí- Marzo 2013

Gráfico 30

*Servicio restaurante en establecimiento cantón - Urcuquí*

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí- Marzo 2013

**Análisis:**

El precio de la alimentación está entre más de 12 dólares, esto depende de acuerdo al plato que el cliente desee consumir.

## c. Paseos por senderos

Tabla 41

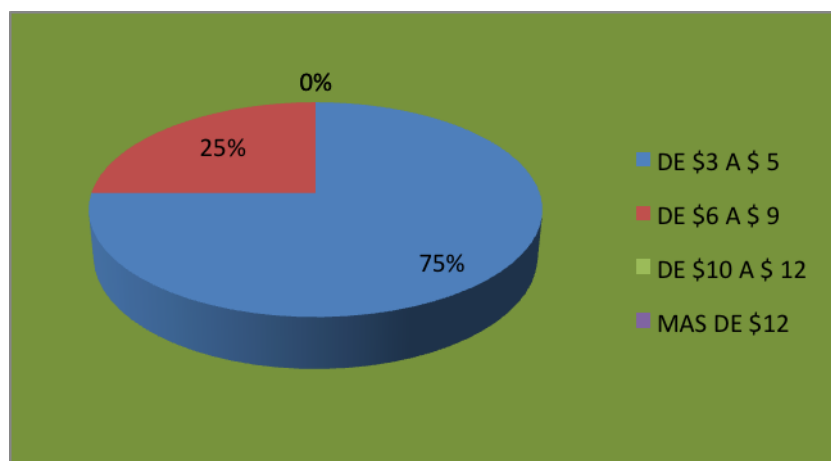
*Paseos por senderos en establecimientos-cantón Urcuquí*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
De \$ 3 a \$ 5	0	0%
De \$ 6 a \$ 9	3	75%
De \$ 9 a \$12	0	0%
Más de 12	1	25%
Total	4	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí - Marzo 2013

Gráfico 31

*Paseos por senderos en establecimientos-cantón Urcuquí*

Elaborado por: La Autora

Fuente: propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí - Marzo 2013

**Análisis:**

El servicio que brinda por los paseos por los senderos, está valorado entre 6 a 9 dólares y más de 12 dólares.

d. Piscina, Sauna Turco e Hidromasaje

Tabla 42

*Servicio sauna -turco e hidromasaje establecimientos-cantón Urcuquí*

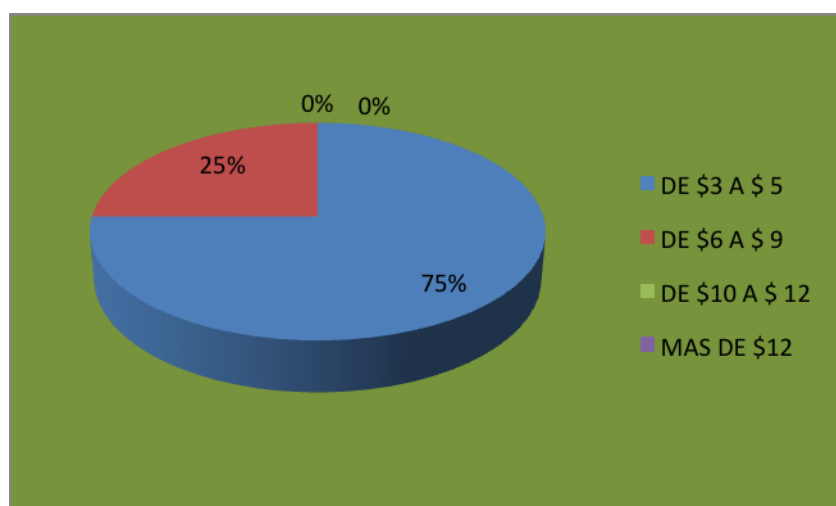
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
De \$ 3 a \$ 5	3	75%
De \$ 6 a \$ 9	1	25%
De \$ 9 a \$ 12	0	0%
Más de \$ 12	0	0%
Total	4	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí - Marzo 2013

Gráfico 32

*Sauna -turco e hidromasaje establecimientos- cantón Urcuquí*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí-Marzo 2013

**Análisis:**

El costo por el uso de piscina, sauna e hidromasaje están valorados entre 3 a 5 dólares, ellos consideran que es un precio acorde con la competencia y las posibilidad de pago de los turistas.



5. ¿Qué meses del año considera usted que existe mayor afluencia de turistas en su establecimiento?

Tabla 43

*Meses de mayor visitas a establecimientos- cantón Urcuquí.*

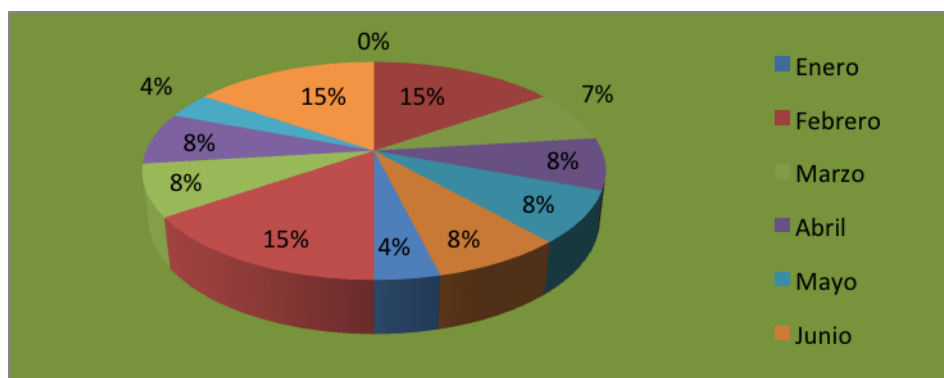
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Enero		
Febrero	4	15%
Marzo	2	8%
Abril	2	8%
Mayo	2	8%
Junio	2	8%
Julio	1	4%
Agosto	4	15%
Septiembre	2	8%
Octubre	2	8%
Noviembre	1	4%
Diciembre	4	15%
Total		100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos del Cantón Urcuquí - Marzo 2013

Gráfico 33

*Meses de mayor visitas a establecimientos – cantón Urcuquí*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de establecimientos turísticos - Marzo 2013

### **Análisis:**

Los meses más frecuentados por los turistas están entre febrero, agosto, diciembre, son temporadas que las personas tienen vacaciones y se les facilita visitar estos centros turísticos.

6. ¿Cuál de los medios de publicidad utiliza para que su negocio se dé a conocer en el mercado?

Tabla 44

*Medios de publicidad para conocer los servicios de establecimiento-cantón Urcuquí*

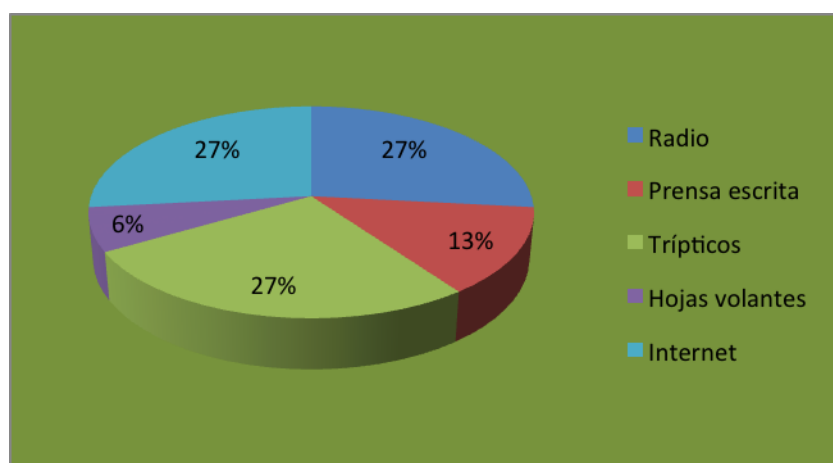
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Radio	4	27%
Prensa escrita	2	13%
Trípticos	4	27%
Hojas volantes	1	7%
Internet	4	27%
Total	15	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de hosterías Cantón Urcuquí- Marzo 2013

Gráfico 34

*Medios de publicidad para conocer los servicios de establecimientos- cantón Urcuquí*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de hosterías del Cantón Urcuquí- Marzo 2013

### **Análisis:**

Los medios de comunicación que utilizan para la publicación son: la radio, internet, trípticos, los mismos se dedican a difundir los servicios que prestan.

7. ¿Su establecimiento turístico cuenta con políticas para cuidar el medio ambiente?

Tabla 45

*Políticas para el cuidado del medio ambiente en establecimientos-cantón Urcuquí*

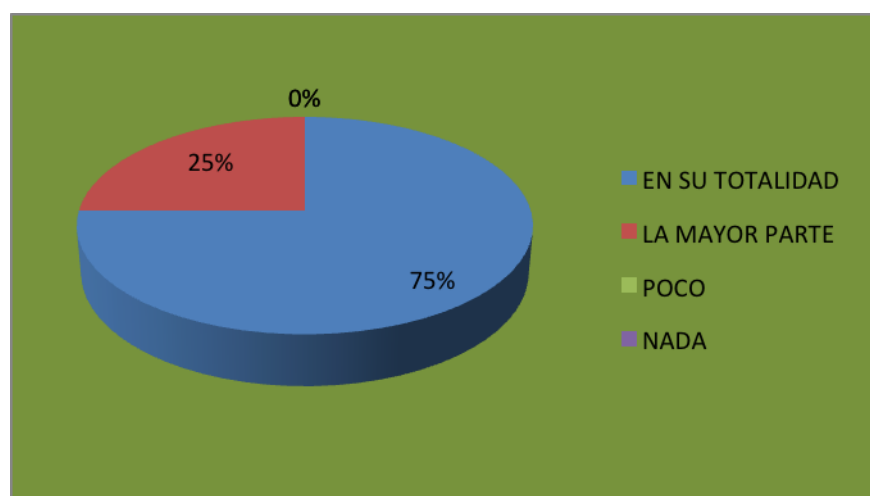
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
En su totalidad	3	75%
La mayor parte	1	25%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	4	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de Hosterías del Cantón Urcuquí- Marzo 2013

Gráfico 35

*Políticas para el cuidado del medio ambiente en establecimientos-cantón Urcuquí*



Elaborado por: La Autora

Fuente: Propietarios de hosterías del Cantón Urcuquí- Marzo 2013

**Análisis:**

La mayoría de los centros turísticos aplican las políticas adecuadas para proteger el ambiente, están al tanto de la importancia sobre conservar la naturaleza, sobre todo en el manejo de desechos.

8. ¿Cuál es la capacidad instalada de su establecimiento?

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los centros turísticos del cantón Urcuquí, dan a conocer que la capacidad de su establecimiento para recibir a los turistas es distinta, cuentan con una capacidad promedio diaria de 1.285 personas.

### **3.8. Análisis de la oferta**

La oferta corresponde al número de establecimientos que brindan servicios turísticos en el área de investigación.

#### **3.8.1. Identificación de la oferta actual**

Actualmente en el cantón Urcuquí existen 4 establecimientos turísticos que brindan servicios casi similares a los propuestos por el proyecto, dato proporcionado por la Dirección de Turismo del Gobierno Provincial de Imbabura, sin embargo se encuentran ubicados en la Parroquia Tumbabiro, a una distancia de 15 kilómetros, por lo que no se les considera competencia directa porque están distantes.

### **3.9. Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha consiste en comparar la demanda y la oferta proyectada, para determinar si existe demanda insatisfecha que permita ingresar a dicho mercado, pero como no existe competencia directa por la ubicación geográfica del proyecto, solo se ubica la demanda de turistas existente, la misma que pasaría a ser demanda insatisfecha.

Tabla 46  
*Demanda insatisfecha – cantón Urcuquí*

AÑO	DEMANDA EN TURISTAS	OFERTA EN TURISTAS	DEMANDA INSATISFECHA
2013	92.930	0	92.930
2014	97.344	0	97.344
2015	101.968	0	101.968
2016	106.812	0	106.812
2017	111.885	0	111.885

Elaborado por: La Autora-Marzo 2013

### 3.10. Demanda a captar por el proyecto

El diseño de las instalaciones permite definir una capacidad instalada máxima del Centro de Hidroterapia de 80 turistas diarios para brindar los servicios indicados, de los cuales se tomará el 68% que son los que conocen un centro de hidroterapia en el cantón Urcuquí de acuerdo al estudio de mercado pregunta 3. Por lo tanto se pretende atender a 54 turistas diarios.

Tabla 47  
*Demanda a captar por el proyecto*

CAPACIDAD INSTALADA DIARIA				
Ítem	Detalle	Numero días	Número de turistas	Demanda anual
1	Turistas	360	54	19.440
Total				19.440

Elaborado por: La Autora - Marzo 2013

Estos datos son los establecidos para la operación diaria del centro, siendo necesario diferenciar entre capacidad instalada anual real (52 semanas); y la capacidad instalada anual operativa (48 semanas), la diferencia radica en el número de días en que se brindará el servicio a los turistas. Para lo cual se ha considerado que el Centro de Hidroterapia atenderá en función de los días de

mayor afluencia, es decir, 240 días al año, asumiendo el periodo de fines de semana y días festivos, como se indican así: capacidad instalada anual 19,440, Capacidad operativa anual 12,960; estos datos nos permiten identificar que el Centro anualmente poseería un límite máximo de 19.440 turistas al año. De ahí que el proyecto captará siendo conservadores la capacidad operativa anual que es de 12.960 turistas, que es el 13,95% de la demanda insatisfecha establecida en el estudio de mercado.

Tabla 48

*Demanda a captar por el proyecto*

Año	Demanda a captar en no. Turistas
2013	12.960
2014	13.579
2015	14.225
2016	14.900
2017	15.608

Elaborado por: La Autora-Marzo 2013

Esta es la demanda a captar del proyecto para los futuros años, la misma que surge de la demanda insatisfecha proyectada que tiene el proyecto; relacionada con la capacidad instalada del Centro y a los días de atención al público.

### **3.11. Análisis de precios**

Mediante el estudio de mercado los precios de los servicios que brinda el Centro se establecen en función de la competencia, considerando el mercado al cual nos estamos dirigiendo, precios que luego como estrategia serán revisados y analizados en función de los costos de producción.

Tabla 49  
*Análisis de precios por servicios*

SERVICIOS	PRECIOS PROMEDIOS POR PERSONA EN DÓLARES (USD)
Restaurante	USD 10,00
Piscina	USD 8,00
Áreas Recreativas	USD 10,00
Paseo a caballo	USD 15,00
Caminatas	USD 10,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo - Marzo 2013

Para obtener la proyección de los precios de los servicios se aplicó la inflación promedio de los últimos años y que es del 5,192%.

Tabla 50  
*Inflación últimos cinco años*

INFLACIÓN ANUAL ÚLTIMOS 5 AÑOS	
años	Tasas%
2008	8,8%
2009	4,3%
2010	3,3%
2011	5,4%
2012	4,16%
Promedio Inflación	5,192%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 51  
*Proyección de precios*

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
Servicios turísticos	PRECIOS USD	PRECIOS USD	PRECIOS USD	PRECIOS USD	PRECIOS USD
Paseo a caballo	15	15,78	16,60	17,46	18,37
Restaurante	10	10,52	11,07	11,64	12,24
Piscina polar	8	8,42	8,85	9,31	9,80
A. Recreativas	10	10,52	11,07	11,64	12,24
Paseos	10	10,52	11,07	11,64	12,24

Elaborado por: La Autora - Marzo 2013

### **3.12. Conclusión del estudio**

Las conclusiones de estudio de mercado se describen a continuación:

- La demanda del flujo turismo al cantón Urcuquí tiene una tendencia creciente, como lo demuestran las estadísticas histórica, ubicando para el año 2012 a 112.299 turistas, proyectados según la tasa de crecimiento anual, mismos que visitan los atractivos turísticos del sector, ya que existe una buena aceptación por la zona de influencia del proyecto
- Respecto a la oferta turística, el número de establecimientos existentes que brindan servicios similares a los del proyecto, se encuentran ubicados a 15 kilómetros del proyecto, por lo que no se considera competencia directa, lo que generará una demanda insatisfecha general, que de no ser cubierta en el corto y mediano plazo, puede buscar otros espacios de entretenimiento.
- La demanda a captar por el proyecto está basada en la capacidad instalada de la propuesta y por el tiempo de atención, lo que permitirá aprovechar los recursos tanto humanos como financieros, la perspectiva de crecimiento y desarrollo se basará en la aplicación de estrategias de mercado.
- En lo referente a los precios de los servicios, estos dependen de aspectos como: tipo y calidad del servicio, establecimientos ofertantes, tiempo y sobre todo del mercado al cual van dirigidos.



## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

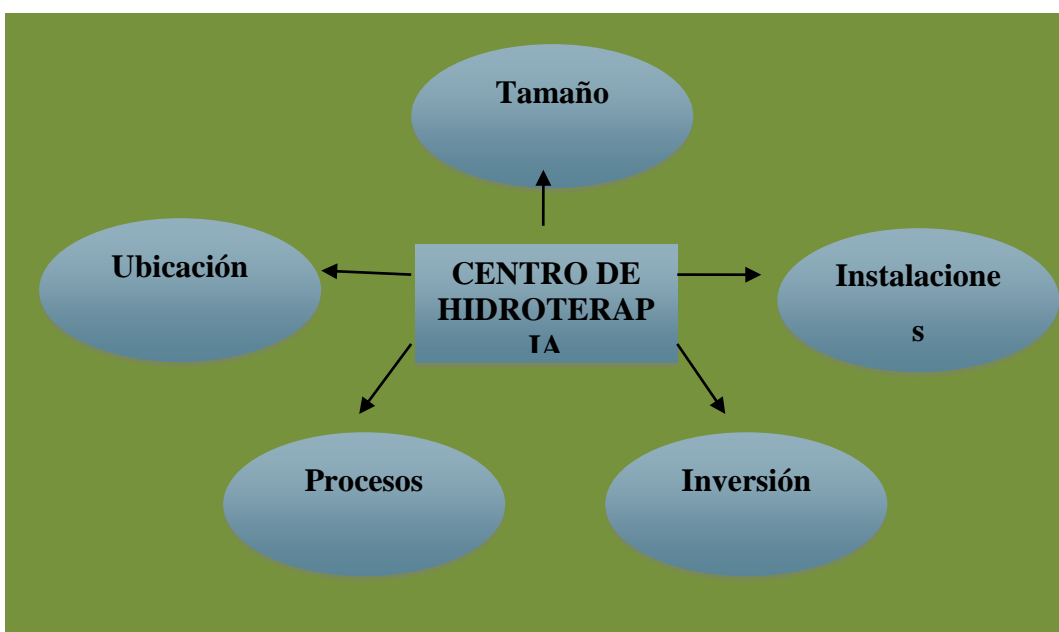
#### 4.1. Presentación

En el estudio técnico, se identifica el tamaño óptimo del proyecto, la ubicación adecuada de la propuesta y la determinación de las exigencias en materia tecnológica de equipos, infraestructura, mano de obra, materiales e insumos requeridos para la implementación del Centro naturista de hidroterapia y turismo ecológico.

Los aspectos técnicos consideran los siguientes aspectos:

Gráfico 36

*Aspectos del estudio técnico*



Elaborado por: La Autora- Marzo 2013

## 4.2. Localización del proyecto

Se definirá la macro localización y micro localización del proyecto:

### 4.2.1. Macro localización

La macro localización del proyecto será:

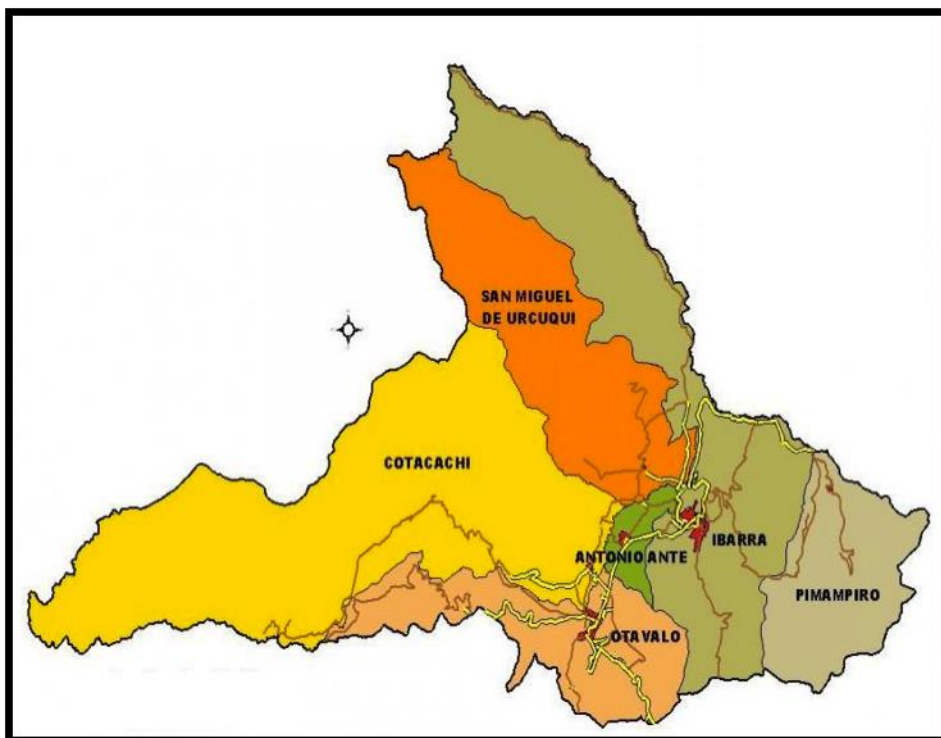
**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** San Miguel de Urcuquí

Ilustración 1

*Mapa de la Provincia de Imbabura- localización cantón Urcuquí.*



Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura

#### 4.2.2. Micro localización

La micro localización determina el lugar exacto en donde se establecerá el Centro de Hidroterapia:

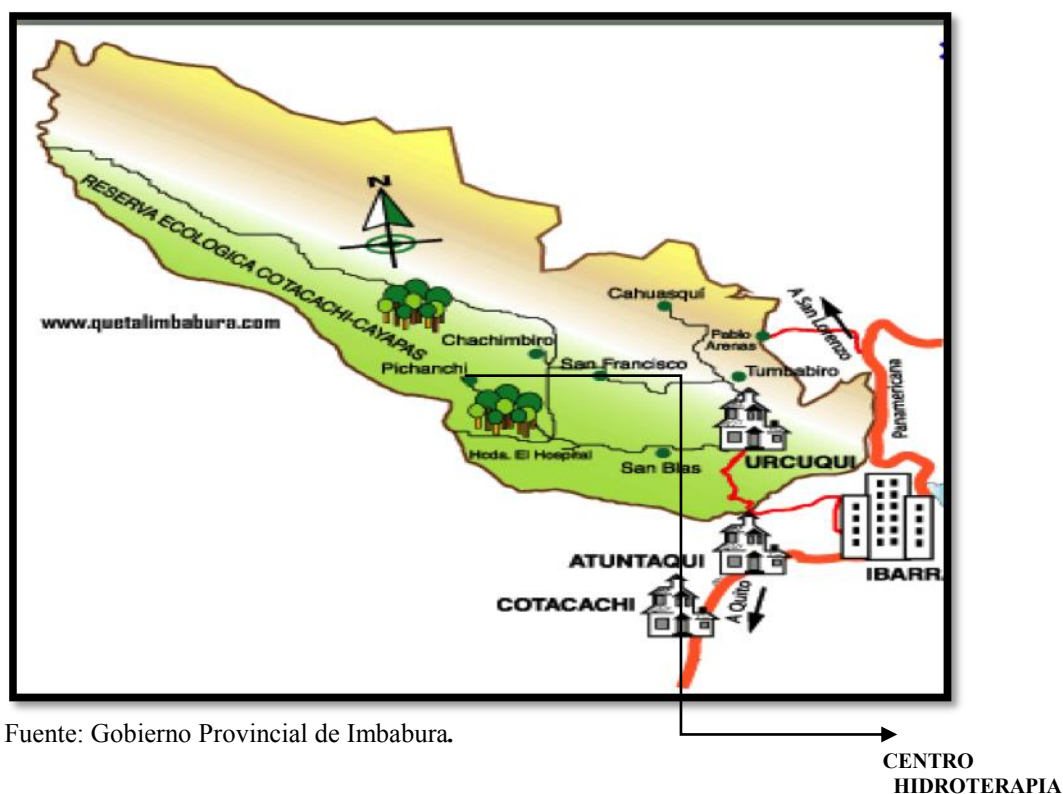
**Cantón:** Urcuquí

**Parroquia:** San Blas

**Comunidad:** Iruguincho

Ilustración 2

*Croquis turístico - cantón Urcuquí*



Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura.

CENTRO  
HIDROTERAPIA

Factores que se tomó en cuenta para la localización del proyecto son:

- Vías de fácil acceso de primer y segundo orden
- Servicios básicos disponibles.
- Atractivos naturales y turísticos

### **4.3. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto está en función de la capacidad instalada para cubrir la demanda insatisfecha a captar del proyecto, establecida en el estudio de mercado y en función del tiempo de atención a los turistas.

#### ➤ Área administrativa

Esta área se encuentra en la planta baja del establecimiento; en la parte frontal a la entrada del centro, donde se ubicarán las personas que darán la bienvenida y atenderán a los turistas.

#### ➤ Área de restaurante

La zona del bar – restaurante, se ubicará frente a la piscina; constará de las secciones de cocina y bar, con una capacidad para 50 personas.

#### ➤ Área de sauna, turco e hidromasaje

Sauna, turco, piscina polar e hidromasaje se encontrarán en la parte diagonal de la piscina, esta área tendrá capacidad para 50 personas.

#### ➤ Sala de estar

Esta área se ubicará a lado del servicio de piscina, cerca de los vestidores, con la finalidad de que los turistas tengan un espacio donde puedan esperar hasta que sus compañías se alisten para abandonar o ingresar al área de piscina, sauna, turco e hidromasaje.

➤ Establo

Área establecida en la parte posterior del Centro, espacio donde se ubicarán a los caballos que se utilizarán para dar servicio de paseo alrededor a los turistas.

#### 4.4. Distribución de la planta

La distribución de la planta se establecerá de acuerdo a las necesidades del Centro, por lo que se ha tomado en cuenta las siguientes características:

Para la distribución adecuada de la planta se tomó en cuenta todas las medidas básicas que brinden seguridad y bienestar tanto a los empleados como a los turistas. El Centro cuenta con un área de 1700 m<sup>2</sup>, distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 52

*Distribución de áreas de servicio centro naturista de hidroterapia*

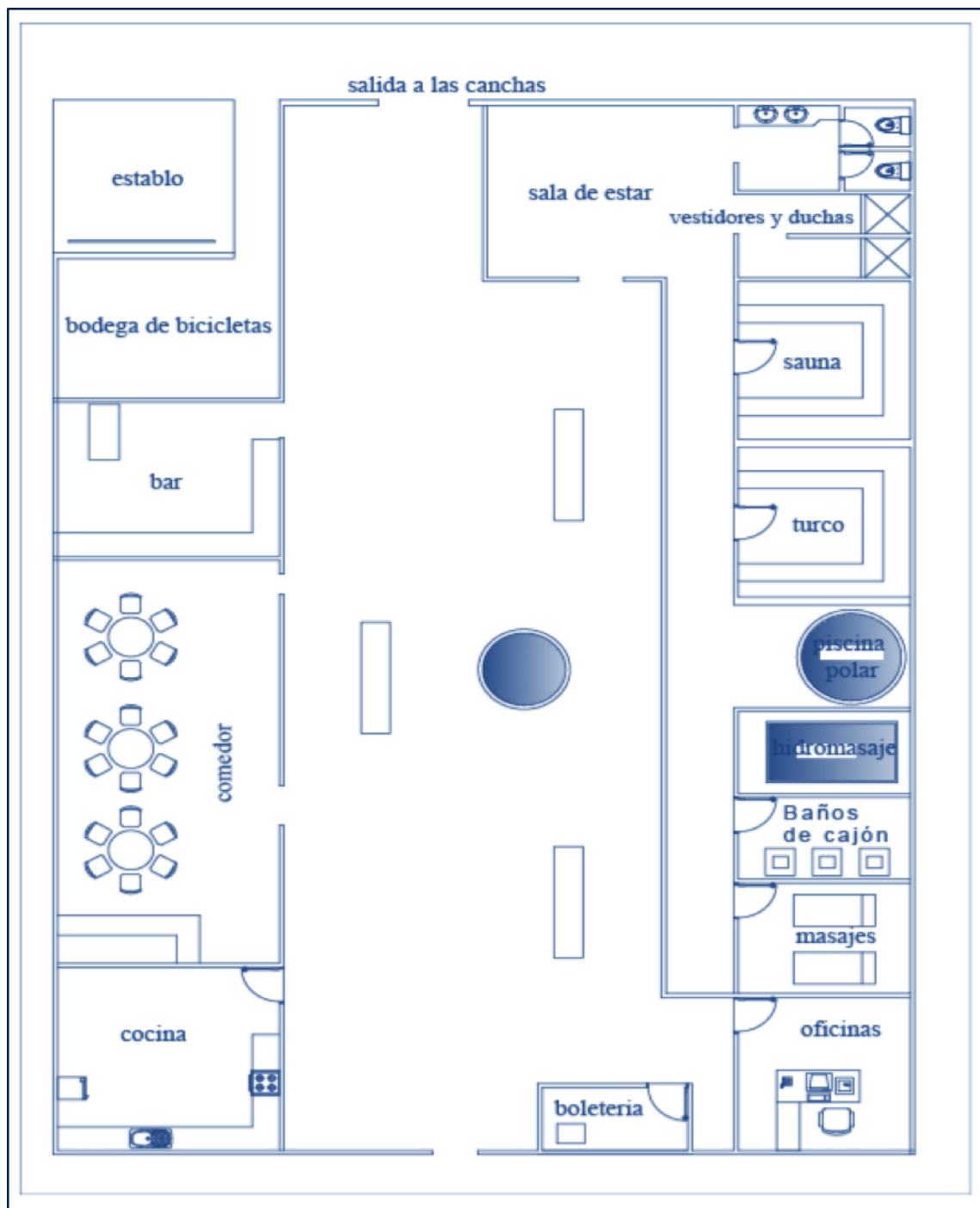
ÁREAS	m <sup>2</sup>
Administrativa	50m <sup>2</sup>
Bar	50m <sup>2</sup>
Restaurante	100m <sup>2</sup>
Piscina polar, sauna, turco e hidromasaje	400m <sup>2</sup>
Establo	50m <sup>2</sup>
Sala de estar	50m <sup>2</sup>
Espacios verdes	1000m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>1.700m<sup>2</sup></b>

Elaborado por: La Autora- Marzo 2013

#### 4.4.1. Diseño de la planta

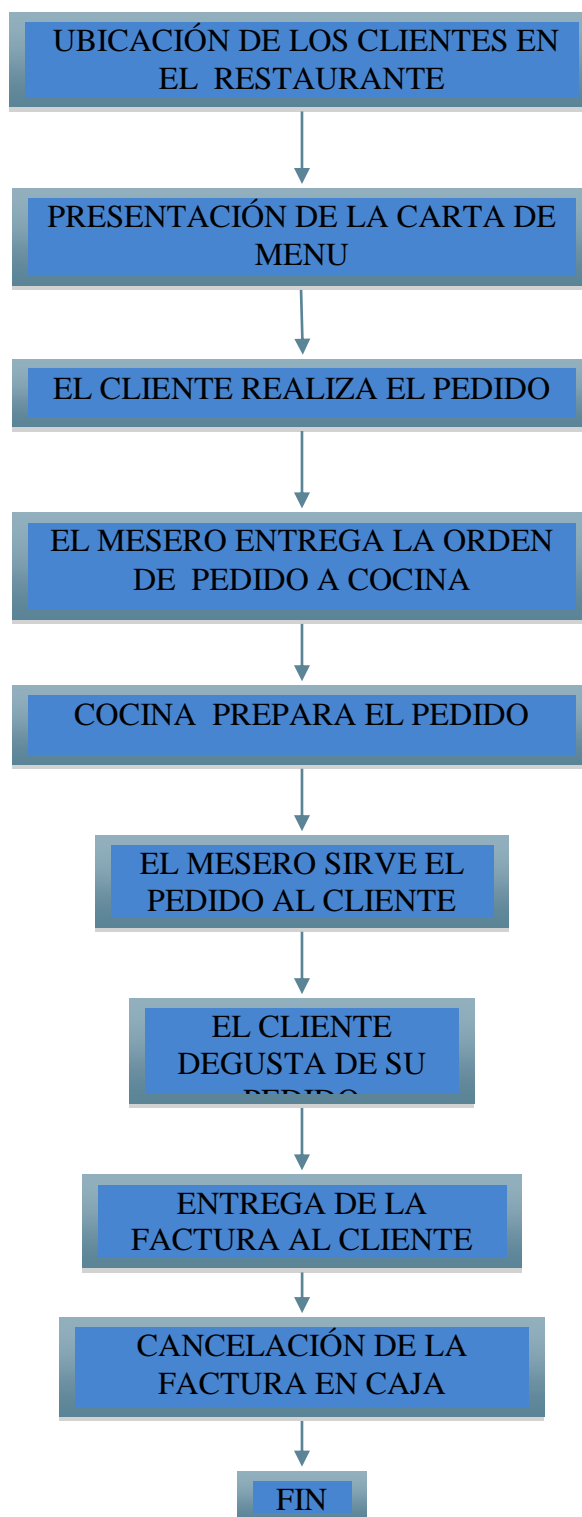
Ilustración 3

*Diseño de las instalaciones*

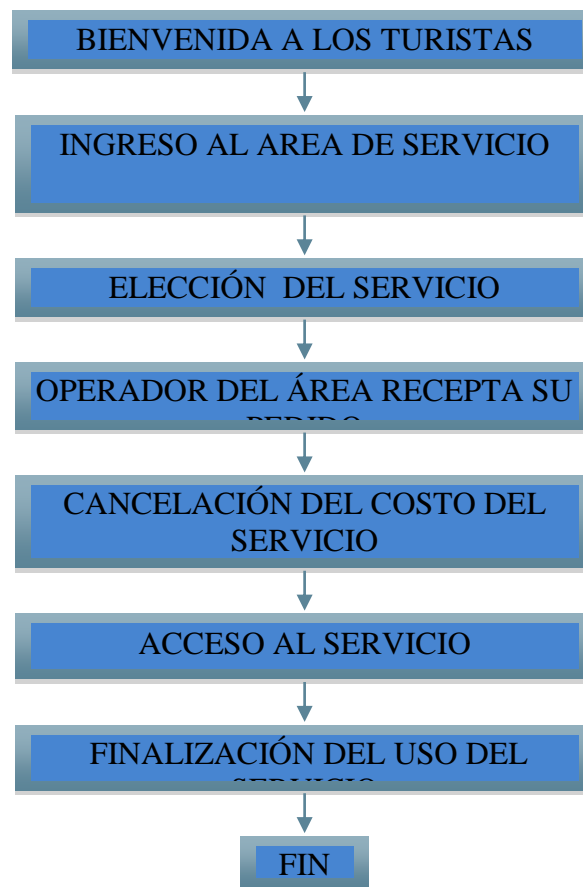


Elaborado por: El Arquitecto-Abril 2013

#### 4.5. Flujograma del servicio

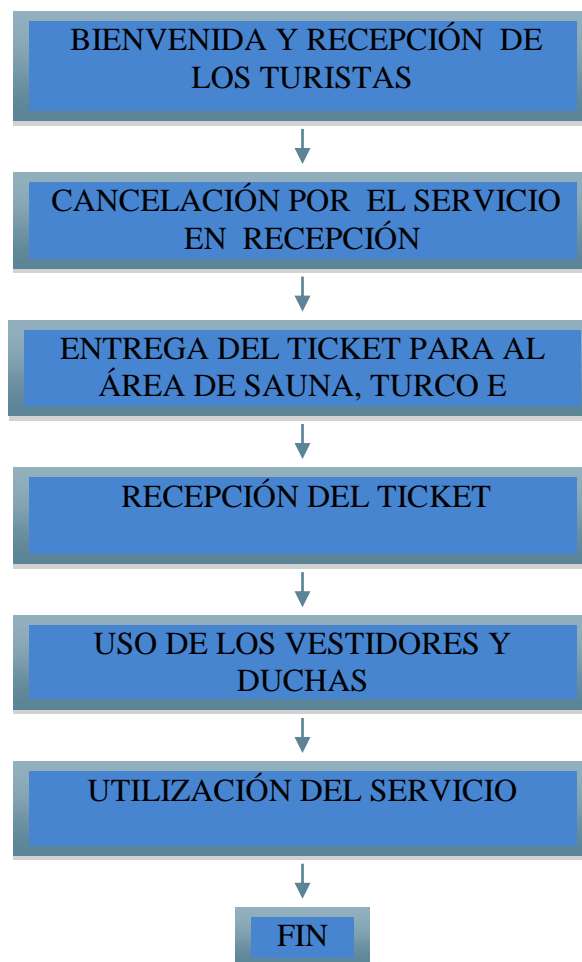


- Flujograma del servicio servicios extras





- Flujograma del servicio de, sauna turco e hidromasaje



#### 4.6. Inversiones del proyecto

Las inversiones iniciales que se tienen que realizar para poner en marcha el proyecto está relacionada con: predio, infraestructura, equipos, muebles y enseres, recursos humanos e inversiones diferidas.

##### 4.6.1. Terreno

Tabla 53

*Descripción de inversión inicial centro de hidroterapia*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	m2	Valor Unitario m2	Valor Total USD
Terreno	1	2000,00	10	20.000,00

Elaborado por: La Autora- Abril 2013

#### 4.6.2. Infraestructura civil

Tabla 54

*Distribución por áreas centro de hidroterapia*

CANTIDAD	U. MEDIDA	DETALLE	COSTO U.	COSTO TOTAL USD	TOTALES USD
Administración					
<b>50</b>	m2	Construcción	- 97,50	- 4.875,00	
Bar					
<b>50</b>	m2	Construcción	130,30	- 6.515,00	
Restaurante					
<b>100</b>	m2	Construcción	- 130,30	- 13.030,00	
Piscina polar-sauna – turco					
<b>400</b>	m2	Construcción	- 180,60	- 72.240,00	
Sala de estar					
<b>50</b>	m2	Construcción	- 75,50	- 3.775,00	
Bodega de bicicletas					
<b>50</b>	m2	Construcción	75,50	3.775,00	
Establo					
<b>50</b>	m2	Construcción	- 45,72	- 2.285,92	
Espacios verdes					
<b>1000</b>	m2	Construcción	- 25,49	- 25.486,00	
					<b><u>- 124.431,92</u></b>

Elaborado por: La Autora- Abril 2013

El resto de inversiones se detallan en el capítulo financiero del presente proyecto.



## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO ECONÓMICO**

El estudio económico mide el nivel de factibilidad financiera del proyecto, ya que se refiere a aspectos relacionados con la inversión fija, diferida, capital de trabajo y el financiamiento.

#### **5.1. Propuesta de inversión**

La propuesta de inversión especifica el origen y destino que se va dar a los recursos, para poner en marcha la propuesta, ya que según el estudio de mercado, se cuenta con un mercado potencial, meta y efectivo que requieren de nuestro servicio, por lo que es necesario estimar o ponderar los recursos requeridos para la realización del proyecto.

#### **5.2. Plan de inversiones.**

##### **5.2.1. Inversión fija y diferida**

La inversión fija está constituida por los bienes de la empresa y la diferida por los gastos anticipados para su implementación, que para el presente proyecto representa el total de \$ 165.878,22 dólares, los mismos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 55  
*Inversión – centro de hidroterapia*

TABLA DE INVERSIONES						TOTAL
DETALLE	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T	SUBTOTAL	INVERSIÓN	
INVERSIONES FIJAS				-157.518,22		
Instalaciones				-144.431,92	-144.431,92	
Terreno	1	-20.000,00	-20.000,00			
Obras civiles	1	-124.431,92	-124.431,92			
Caballos				-5.100,00	-5.100,00	
Caballos	6	-850,00	-5.100,00			
Equipos y muebles oficina				-2.260,00	-2.260,00	
Computadora	2	-650,00	-1.300,00			
Impresora multifunción	2	-150,00	-300,00			
Teléfono	2	-60,00	-120,00			
Calculadora	2	-40,00	-80,00			
Escritorio	1	-100,00	-100,00			
Archivadores	1	-60,00	-60,00			
Sillón	1	-70,00	-70,00			
Sillas	6	-30,00	-180,00			
Báscula	1	-50,00	-50,00			
Equipamiento				-13.086,30	-13.086,30	
Área de Servicio	1	-4.605,00	-4.605,00			
Restaurante	1	-5.235,00	-5.235,00			
Lencería	1	-1.340,00	-1.340,00			
Menaje	1	-688,30	-688,30			
Vajilla	1	-1.218,00	-1.218,00			
Discoteca	1	- 2.401,00	-2.401,00			
Inversiones Diferidas				-1.000,00	-1.000,00	-165.878,22
Gastos de Constitución	1	-1.000,00	-1.000,00			
CAPITAL DE TRABAJO				-18.047,88	-18.047,88	-6015,96
Sueldos	3	-4.754,21	-14.262,63			
Materia Prima	3	-561,75	-1.685,25			26.970,98
Suministros de Oficina	3	-100,00	-300,00			
Servicios Básicos	3	-300,00	-900,00			
Gastos Publicidad	3	-200,00	-600,00			
Gastos Generales	3	-100,00	-300,00			-164.878,22
TOTAL INVERSIÓN					-183.926,10	

Elaboración: La Autora- Junio 2013

Tabla 56  
*Inversión fija y diferida*

DETALLE	VALOR
Terreno	20.000,00
Obras civiles	124.431,92
Caballos	5.100,00
Equipo de Oficina	1.600,00
Muebles y Enseres	660,00
Equipamiento Áreas	13.086,30
Gastos de Constitución	1.000,00
<b>Total</b>	<b>165.878,22</b>

Elaboración: La Autora- Junio 2013

### 5.2.2. Capital de trabajo o inversión variable

El capital de trabajo contablemente hablando es la diferencia aritmética entre al activo circulante y pasivo circulante, constituido por el capital requerido para empezar a operar el negocio.

El capital de trabajo es de naturaleza liquida o efectivo.

Tabla 57  
*Capital de trabajo*

DETALLE	CANTIDAD (TRIMESTRAL)	VALOR
Sueldos administrativos	3	3.954,23
Sueldos operativos	3	10.308,39
Materia prima	3	1.685,25
Suministros	3	300,00
Servicios Básicos	3	900,00
Gastos Publicidad	3	600,00
Gastos Generales	3	300,00
<b>Total capital de trabajo trimestral</b>		<b>18.047,87</b>
<b>Capital de trabajo mensual</b>		<b>6.015,96</b>

Elaborado por: La Autora- Junio 2013

### 5.3. Cálculo del costo de oportunidad

#### 5.3.1. Costo de oportunidad

Tabla 58  
*Costo de oportunidad*

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>USD-183.926,10</b>
Aporte propio	USD-73.570,44
Préstamo	USD-110.355,66
Tasa interés	15%
Tasa de descuento	19%
Premio al riesgo	12%
Plazo crédito (anual)	5
Período de gracia	-
Plazo de pago (anual)	5
Aporte propio	40%
Préstamo	60%

DESCRIPCIÓN	VALOR NOMINAL USD	%	TAZA DE PONDERACIÓN	COSTO NETO
Inversión financiera	- 110.355,66	60%	15,00%	9%
Inversión propia	- 73.570,44	40%	12,00%	5%
Inversión total	- 183.926,10	100%	COSTO CAPITAL	14%
Tasa de redescuento	COSTO CAPITAL	MÁS	INFLACIÓN	-
Tasa de redescuento	13,80%	-	5%	-
Tasa de redescuento	18,80%	-	-	-

Fuente: BCE

Siendo la inflación anual promedio del 5.02 % para el año 2012 establecida por el BCE, se estableció la tasa de descuento de la siguiente manera:



**Tasa de Descuento (T.M.A.R.)**

$$T.M.A.R. = (1+KP) (1+Inf.) -1$$

$$T.M.A.R. = (1+0,1380) (1+0,0502) -1$$

$$T.M.A.R. = 18.80 \%$$

**Interpretación:** El 18.80 % constituirá la tasa de descuento para ser aplicado en el cálculo de los indicadores económicos.

## 5.4. Proyecciones

### 5.4.1. Ingresos

Los ingresos del centro se obtienen del cobro por la oferta de los servicios turísticos, estimados en base a la demanda esperada establecida en el estudio de mercado, tomando en cuenta su nivel de preferencia por parte de los consumidores y la tasa de crecimiento de la demanda insatisfecha, obteniendo la siguiente demanda efectiva:

Tabla 59  
*Demanda efectiva*

No TURISTAS		12960	13579	14225	14900	15608
SERVICIOS TURÍSTICOS	PREFERENCIA	DEMANDA EFECTIVA 2013	DEMANDA EFECTIVA 2014	DEMANDA EFECTIVA 2015	DEMANDA EFECTIVA 2016	DEMANDA EFECTIVA 2017
Paseo a caballo	13%	1684.8	1765.27	1849.25	1937	2029.04
Restaurante	22%	2851.2	2987.38	3129.5	3278	3433.76
Piscina	38%	4924.8	5160.02	5405.5	5662	5931.04
A. Recreativas	11%	1425.6	1493.69	1564.75	1639	1716.88
Caminatas	16%	2073.6	2172.64	2276	2384	2497.28
Total demanda	100%	12,960.00	13,579.00	14,225.00	14,900.00	15,608.00

Elaborado por: La Autora- Junio 2013

Tabla 60  
*Proyección precios por servicios*

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
SERVICIOS TURÍSTICOS	PRECIOS	PRECIOS	PRECIOS	PRECIOS	PRECIOS
Paseo a caballo	15	15,78	16,60	17,46	18,37
Restaurante	10	10,52	11,07	11,64	12,24
Piscina	8	8,42	8,85	9,31	9,80
A. Recreativas	10	10,52	11,07	11,64	12,24
Paseos	10	10,52	11,07	11,64	12,24

Elaborado por: La Autora-Junio 2013

Tabla 61  
*Centro de hidroterapia ingresos proyectados*

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
SERVICIOS TURÍSTICOS	INGRESOS	INGRESOS	INGRESOS	INGRESOS	INGRESOS
Paseo a caballo	25.272,00	27.853,84	30.693,92	33.819,64	35.510,62
Restaurante	28.512,00	31.424,85	34.629,03	38.155,49	42.043,69
Piscina	39.398,40	43.423,43	47.851,03	52.723,96	58.096,73
A. Recreativas	14.256,00	15.712,42	17.314,52	19.077,75	21.021,84
Caminatas	20.736,00	22.854,43	25.184,75	27.749,45	30.577,23
Total ingresos	128.174,40	141.268,97	155.673,25	171.526,29	187.250,11

Elaborado por: La Autora-Junio 2013

## 5.5. Gastos proyectados

Los costos de operación del proyecto están constituidos, por el costo total de la mano de obra, materia prima y costos indirectos y se proyecta a una tasa promedio anual del 10% del incremento salarial, ya que es la mano de obra la que tiene mayor incidencia en el costo total.

Tabla 62

*Gasto mano de obra operativa centro naturista de hidroterapia*

DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL	IESS	13°	14°	TOTAL
Guías	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
Recepcionistas	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
Chef	1	450	5.400,00	656,10	450	318	6.824,10
Ayudantes	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
Meseros	2	318	7.632,00	927,29	636	636	9.831,29
Posilleros	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
Bartender	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
<b>TOTAL</b>		<b>2358</b>	<b>32112</b>	<b>3901,608</b>	<b>2676</b>	<b>2544</b>	<b>41.233,59</b>

Elaborado por: La Autora- junio 2013

Tabla 63

*Costos indirectos*

GASTOS SUMINISTROS		
CONCEPTO	MENSUAL USD	ANUAL USD
Materiales indirectos	200,00	2.400,00
Mantenimiento	200,00	2.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>400,00</b>	<b>4.800,00</b>

Elaborado por: La Autora-Junio 2013

Tabla 64  
Materia prima

CANTIDAD	U. MEDIDA	DETALLE	COSTO U. USD	COSTO Total USD	TOTALES USD
<b>CARNES</b>					
5	Kg	Carne de res	4,84	24,20	
6	Kg	Carne de cerdo	4,40	26,40	
7	Kg	Pollo	3,30	23,10	
4	Kg	Chivo	4,91	19,64	
5	Kg	Camarones	5,00	25,00	
5	Kg	Pescado	4,40	22,00	
4	Kg	Embutidos	3,30	13,20	
3	Kg	Parrillada	3,96	11,88	<b><u>165,42</u></b>
<b>LÁCTEOS</b>					
40	L	Leche	0,75	30,00	
7	Kg	Queso	3,50	24,50	
4	Kg	Mantequilla	2,50	10,00	
30	L	Yogurt	1,50	45,00	<b><u>109,50</u></b>
<b>VEGETALES</b>					
2	Kg	Lechuga	0,6	1,20	
4	Kg	Zanahoria	0,6	2,40	
3	Kg	Hierbas	0,5	1,50	
7	Kg	Cebolla	0,5	3,50	
6	Kg	Tomate	1,2	7,20	
6	Kg	Col	1	6,00	
4	Kg	Espinaca	0,8	3,20	<b><u>25,00</u></b>
<b>FRUTAS</b>					
3	Kg	Melón	1	3,00	
4	Kg	Piña	1,25	5,00	
3	Kg	Guayaba	1,3	3,90	
5	Kg	Tomate	2	10,00	
4	Kg	Fresa	3	12,00	
5	Kg	Mora	2,5	12,50	
4	Kg	Babaco	1,8	7,20	
6	Kg	Papaya	2	12,00	
5	Kg	Mango	2,8	14,00	
8	Kg	Aguacate	3,5	28,00	<b><u>107,60</u></b>
<b>CONSERVAS</b>					
6	Kg	Arroz	1,68	10,08	
5	Kg	Frejol	1,2	6,00	
5	Kg	Lenteja	1	5,00	

7	Kg	Maíz	0,85	5,95	
5	Kg	Cebada	0,7	3,50	
4	Kg	Avena	1,15	4,60	
12	Kg	Azúcar	1,1	13,20	
13	Kg	Harina	1	13,00	
3	Kg	Levadura	2	6,00	
4	Kg	Polvo de hornear	1	4,00	
5	Kg	Mermelada	4,5	22,50	
5	Kg	Huevos	3,5	17,50	
3	Kg	Aliños	2	6,00	
2	Kg	Sal	0,45	0,90	
3	Kg	Cocoa	1,5	4,50	
1	Kg	Hierbas aromáticas	3,4	3,40	
2	Kg	Café	2,5	5,00	
11	L	Aceite	2,1	23,10	
					<b><u>154,23</u></b>
	<b>Total materia prima mes</b>				<b><u>561,75</u></b>
	<b>Total materia prima año</b>				<b><u>6.741,00</u></b>

Elaborado por: La Autora-Junio 2013

Tabla 65  
*Total costos Mensuales*

<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>TOTAL USD</b>
Materia P. Directa	561,75
Mano O. Directa	3.436,13
Costos Indirectos	400,00
<b>Total</b>	<b>4.397,88</b>

Elaborado por: La Autora- Junio 2013

Tabla 66  
*Costo operación proyectado*

<b>COSTO OPERACIÓN PROYECTADO</b>		
<b>Año</b>	<b>Mensual USD</b>	<b>Anual USD</b>
2013	4.397,88	52.774,61
2014	4.837,67	58.052,07
2015	5.321,44	63.857,28
2016	5.853,58	70.243,00
2017	6.438,94	77.267,30

Elaborado por: La Autora- Junio 2013

Los sueldos se manejan de acuerdo a lo establecido en el Código de Trabajo, y lo que se refiere a las depreciaciones de acuerdo al SRI.

Tabla 67  
*Remuneraciones del recurso humano del proyecto-centro de hidroterapia*

DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL	IESS	13°	14°	TOTAL
Gerente	1	600	7.200,00	874,80	600	318	8.992,80
Contador	1	450	5.400,00	656,10	450	318	6.824,10
Guías	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
Recepcionistas	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
Camareros	0	0	0,00	0,00	0	0	0,00
Chef	1	450	5.400,00	656,10	450	318	6.824,10
Ayudantes	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
Mesero y masajista	2	318	7.632,00	927,29	636	636	9.831,29
Posilleros	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
Bartender	1	318	3.816,00	463,64	318	318	4.915,64
<b>TOTAL</b>		<b>3408</b>	44.712,00	5.432,51	3726	3180	<b>57.050,51</b>

Elaborado por: La Autora-junio 2013

## Depreciación de activos fijos

Para la depreciación de los activos fijos se utilizará los porcentajes establecidos en el artículo 21 numeral 6 de la Ley de Régimen Tributario Interno; el cálculo se lo realizará por el método de línea recta.

Tabla 68  
*Activo fijo*

ACTIVO FIJO	PORCENTAJE
Inmuebles	5 %
Muebles y Enseres	10 %
Maquinaria y Equipo	10 %
Vehículos	20 %
Equipo de Computación	33,33 %

Fuente: lorti artículo 21 numeral 6

Tabla 69  
*Depreciación de activos*

CONCEPTO	%	VALOR	2013	2014	2015	2016	2017	VALOR
		NOMINAL						LIBROS
Terreno	0%	20.000,00						20.000,00
Construcciones	5%	124.431,92	6.221,60	6.221,60	6.221,60	6.221,60	6.221,60	93.323,94
Maquinaria y equipo	10%	13.086,30	1.308,63	1.308,63	1.308,63	1.308,63	1.308,63	6.543,15
Muebles y enseres	10%	660,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	330,00
Equipo de computación	33,33%	1.600,00	533,33	533,33	533,33	0,00	-	0,01
Caballos	20,00%	5.100,00	1020	1020	1020	1020	1020	0,00
Gastos Constitución	20%	1.000,00	200	200	200	200	200	0,00
TOTAL		165.878,22	9.349,56	9.349,56	9.349,56	8.816,23	8.816,23	120.197,10

Elaborado por: La Autora-Junio 2013

Tabla 70  
*Tabla de amortización*

<b>MÉTODO: PAGO TOTAL DE CUOTA CONSTANTE</b>		
<b>DATOS BÁSICOS DEL CRÉDITO:</b>		
Monto del crédito	-110,355.66	USD\$
Tasa de interés	15%	ANUAL
Plazo del crédito	5	AÑOS
Periodo de gracia	0	AÑOS
Plazo para pagar	5	AÑOS

Elaborado por: La Autora -Junio 2013

Tabla 71  
*Amortización*

<b>PERIODO</b>	<b>SALDO INICIAL USD</b>	<b>PAGO DE INTERESES USD</b>	<b>PAGO DE PRINCIPAL USD</b>	<b>PAGO TOTAL USD</b>	<b>SALDO FINAL USD</b>
0	-110.355,66	0.00	0.00	0.00	-110.355,66
1	-110.355,66	16.553,35	16.367,46	32.920,81	- 93.988,20
2	- 93.988,20	14.098,23	18.822,58	32.920,81	- 75.165,62
3	- 75.165,62	11.274,84	21.645,97	32.920,81	- 53.519,65
4	- 53.519,65	8.027,95	24.892,86	32.920,81	- 28.626,79
5	- 28.626,79	4.294,02	28.626,79	32.920,81	0.00
<b>TOTAL</b>		<b>54.248,39</b>	<b>110,355,66</b>	<b>164.604,05</b>	

Elaborado por: La Autora

## 5.6. Estados financieros

Una vez plantea las inversiones, ingresos y egresos se establecieron los siguientes balances financieros.



## 5.7. Balance de arranque o situación financiera

Este balance representa la situación financiera de la pequeña empresa al inicio de sus actividades, reflejada en los activos y pasivos.

Tabla 72

*Balance de situación inicial – centro de hidroterapia*

CENTRO DE HIDROTERAPIA						
BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA						
ACTIVOS	INICIAL VALOR USD	2013 VALOR USD	2014 VALOR USD	2015 VALOR USD	2016 VALOR USD	2017 VALOR USD
Caja – Bancos	16.365,93	29.553,93	26.110,41	20.544,27	14.549,32	1.539,90
Inventario de Materia Prima	1.685,25	561,75	589,84	619,33	650,30	682,81
Terreno	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Edificio	124.431,92	124.431,92	124.431,92	124.431,92	124.431,92	124.431,92
Equipos de oficina	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Muebles y enseres	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
Maquinaria y Equipo	13.083,00	13.083,00	13.083,00	13.083,00	13.083,00	13.083,00
Caballos	5.100,00	5.100,00	5.100,00	5.100,00	5.100,00	5.100,00
(-)Dep. Acumulada Activos		(9.349,56)	(18.499,07)	(27.648,74)	(36.798,25)	(45.947,76)
Gastos de constitución	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
(-) Amort. Acum. Gastos Constitución		(200,00)	(400,00)	(600,00)	(800,00)	(1.000,00)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>183.926,10</b>	<b>186.441,04</b>	<b>173.676,10</b>	<b>158.789,78</b>	<b>143.476,29</b>	<b>121.149,87</b>
PASIVOS						
Obligaciones Bancarias	110.355,66	93.988,20	75.165,62	53.519,65	28.626,79	-
Participación Trabajadores		3.483,84	4.601,48	5.848,65	7.320,86	8.483,29
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>110.355,66</b>	<b>97.472,04</b>	<b>79.767,10</b>	<b>59.368,30</b>	<b>35.947,65</b>	<b>8.483,29</b>
CAPITAL						
Acciones	73.570,44	73.570,44	73.570,44	73.570,44	73.570,44	73.570,44
Reinversión					1.600,00	1.600,00
Utilidad del ejercicio		15.398,56	20.338,55	25.851,03	32.358,20	37.496,14
<b>TOTAL CAPITAL</b>	<b>73.570,44</b>	<b>88.969,00</b>	<b>93.908,99</b>	<b>99.421,47</b>	<b>107.528,64</b>	<b>112.666,58</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>	<b>183.926,10</b>	<b>186.441,04</b>	<b>173.676,09</b>	<b>158.789,77</b>	<b>143.476,29</b>	<b>121.149,87</b>

Elaboración: La Autora- Junio 2013

## 5.8. Estado de resultados

El estado de resultados representa la posición económica de la pequeña empresa.

Tabla 73 '  
*Proyección de estado de resultados*

CENTRO DE HIDROTERAPIA					
ESTADO DE RESULTADOS					
AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos	126.120,00	138.394,99	151.872,12	166.669,25	180.300,59
Costo de Operación	52.774,61	60.728,07	66.533,28	72.919,00	79.943,30
Gastos operacionales	50.119,81	50.716,38	51.228,85	51.096,02	51.351,07
(-) Remuneraciones	15.816,90	18.448,59	21.343,45	24.527,79	28.030,57
(-) Suministros de oficina	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
(-) depreciaciones y amortizaciones	9.349,56	9.349,56	9.349,56	8.816,23	8.816,23
(-) Gasto Publicidad	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
(-) Gasto Servicios Básicos	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
(-) Gasto Financieros	16.553,35	14.098,23	11.274,84	8.027,95	4.294,02
(-) Gastos Generales	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	<b>23.225,59</b>	<b>26.950,55</b>	<b>34.110,00</b>	<b>42.654,23</b>	<b>49.006,22</b>
(-)15% Trabajadores	<b>3.483,84</b>	<b>4.042,58</b>	<b>5.116,50</b>	<b>6.398,13</b>	<b>7.350,93</b>
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	<b>19.741,75</b>	<b>22.907,97</b>	<b>28.993,50</b>	<b>36.256,10</b>	<b>41.655,28</b>
(-)22% Impuesto Renta	4.343,18	5.039,75	6.378,57	7.976,34	9.164,16
UTILIDAD NETA	<b>15.398,56</b>	<b>17.868,21</b>	<b>22.614,93</b>	<b>28.279,76</b>	<b>32.491,12</b>

Elaborado por: La Autora-Junio 2013

El estado de resultados proyectado, genera utilidades favorables en el periodo de ejecución del proyecto, donde los gastos se proyectan a una tasa inflacionaria del 5%, así mismo se considera los porcentajes de pago al impuesto a la renta del 22% a partir del año 2013 establecido en la Ley de Régimen Tributario.

Tabla 74

*Punto de equilibrio- Centro naturista de hidroterapia*

<b>CENTRO DE HIDROTERAPIA</b>					
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Costos fijos					
Gastos administrativos	17.016,90	19.708,59	22.666,45	25.916,94	29.489,18
Gastos de venta	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Depreciaciones	9.349,56	9.349,56	9.349,56	8.816,23	8.816,23
Otros	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Total costos fijos	<b>29.966,46</b>	<b>32.838,15</b>	<b>35.985,01</b>	<b>38.900,62</b>	<b>42.681,23</b>
Costos variables					
Materia prima	6.741,00	7.415,10	8.156,61	8.972,27	9.869,50
Mano obra directa	41.233,61	47.714,97	52.250,67	57.239,93	62.728,13
Materiales indirectos	4.800,00	5.280,00	5.808,00	6.388,80	7.027,68
Servicios básicos	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Total costos variables	<b>56.374,61</b>	<b>64.190,07</b>	<b>70.184,28</b>	<b>76.768,45</b>	<b>84.001,13</b>
Total costos	<b>86.341,06</b>	<b>97.028,21</b>	<b>106.169,28</b>	<b>115.669,07</b>	<b>126.682,36</b>
Ventas	126.120,00	138.394,99	151.872,12	166.669,25	180.300,59
Punto de equilibrio %	0,43	0,44	0,44	0,43	0,44
Ventas en dólares	<b>54.188,09</b>	<b>61.244,39</b>	<b>66.902,47</b>	<b>72.118,79</b>	<b>79.911,67</b>
Capacidad de equilibrio	0,55	0,54	0,54	0,54	0,53

Elaborado por: La Autora – Junio 2013

El punto de equilibrio está establecido en el 43% del total de ventas para la cobertura de los costos fijos y costos variables, es decir, para no ganar ni perder.

Y la capacidad de equilibrio se ubica en 0,55 que indica que por cada dólar de venta están disponibles 0,55 centavos para cubrir los costos fijos y las utilidades y los 0,43 centavos restantes cubren los costos variables del proyecto, justificando el 100% de los ingresos del proyecto.

### 5.9. Flujo de caja financiero

Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto.

Tabla 75  
*Flujo de efectivo*

<i>DETALLE</i>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
INVERSIÓN	-73.570,44					
UTILIDAD EJERCICIO		15.398,56	17.868,21	22.614,93	28.279,76	32.491,12
(+) Depreciaciones		9.349,56	9.349,56	9.349,56	8.816,23	8.816,23
(+) Amortizaciones		-	-	-	-	-
(-) Reinversión		-	-	-	1.600,00	1.600,00
(-) Pago capital		16.367,46	18.822,58	21.645,97	24.892,86	28.626,79
(+) Recuperación Bienes (VL)						120.197,10
(+) Recuperación Capital Trabajo						6.015,96
FLUJO NETO	<b>73.570,44</b>	<b>8.380,66</b>	<b>8.395,19</b>	<b>10.318,52</b>	<b>10.603,12</b>	<b>137.293,62</b>

Elaborado por: La Autora-Junio 2013

El flujo de caja financiero, está constituido por la inversión requerida del proyecto y las utilidades del ejercicio que se generarán en cada año de duración del proyecto, se incrementará el valor de la depreciación ya que esta operación no requiere de efectivo y se resta el pago de capital que se realiza por el crédito obtenido para iniciar la presente propuesta, y en el último año se incluye la recuperación de los bienes adquiridos al final del proyecto y el capital de trabajo que se tiene que recuperar cada mes para poder seguir operando, obteniendo los flujos de caja por cada año de ejercicio económico. Flujos fundamentales para realizar la evaluación financiera del proyecto.

### 5.10. Evaluación financiera

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de proyecto para esto se aplicó evaluadores que toman en cuenta el valor de dinero en el tiempo como son: el TIR, el VAN, PRI, C/B.

Tabla 76

*Evaluación de la inversión VAN y TIR. VAN o valor actual neto*

<b>TMAR</b>	<b>18,80%</b>			
<b>VAN</b>	\$ 8.928,36			
<b>AÑO</b>	<i>FLUJO DE FONDOS</i>	<i>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</i>	<i>FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADOS</i>	
<b>0</b>	<b>-73.570,44</b>		<b>(73.570,44)</b>	
<b>1</b>	8.380,66	0,841750842	7.054,43	
<b>2</b>	8.395,19	0,70854448	5.948,36	
<b>3</b>	10.318,52	0,596417912	6.154,15	
<b>4</b>	10.603,12	0,50203528	5.323,14	
<b>5</b>	137.293,62	0,422588619	58.018,72	82.498,80
<b>VAN</b>			8.928,36	8.928,36

Elaborado por: La Autora-junio 2013

Aplicando la fórmula para el cálculo del VAN se determina los siguientes valores:

$$\text{VAN} = -73.570,44 + \frac{8.380,66}{(1,1880)^1} + \frac{8.395,19}{(1,1880)^2} + \frac{10.318,52}{(1,1880)^3} + \frac{10.603,12}{(1,1880)^4} + \frac{137.293,62}{(1,1880)^5}$$

VAN = 16.162,95 USD

La suma de los flujos de efectivo descontados de USD 82.498,80 superior a la inversión inicial de USD 73.570,44; por lo que el centro cubrirá la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años de USD 8.928,36, manejada a un costo de capital del 18.80%, lo cual implica que el proyecto es factible.

### 5.11. Tasa interna de retorno

Este evaluador representa la rentabilidad del proyecto en términos relativos o porcentuales que devuelve una inversión en un periodo de tiempo.

Tabla 77  
TIR (tasa interna de retorno)

TIR	22,08%		
AÑO	FLUJO DE FONDOS	TASA DE DESCUENTO	
		25,00%	26,00%
0	(73.570,44)	(73.570,44)	(73.570,44)
1	8.380,66	6.704,53	6.651,32
2	8.395,19	5.372,92	5.287,98
3	10.318,52	5.283,08	5.158,29
4	10.603,12	4.343,04	4.206,80
5	137.293,62	44.988,37	43.231,23
VAN		(6.878,50)	(9.034,83)
TIR			21,81%

Elaborado por: La Autora- Junio 2013

Con estos datos y aplicando la fórmula con la que se calcula la TIR es:

$$TIR = TM - \frac{(TM - Tm) VAN TM}{VAN TM - VAN Tm}$$

En donde:

**TM** = Tasa Mayor

**Tm** = Tasa menor

**VAN** = Valor actual neto

$$TIR = 20\% - \frac{(26\% - 25\%) * (-9.034,83)}{(-9.034,83) - 6.878,50}$$

$$TIR = 23,99\%$$

La TIR, es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto que es de 18,80%, lo cual demuestra que el proyecto es factible.

## 5.12. Período de recuperación de la inversión

Tabla 78

*Período de recuperación*

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE FONDOS</b>	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>0</b>		(73.570,44)	
<b>1</b>	8.380,66	8.380,66	
<b>2</b>	8.395,19	16.775,85	
<b>3</b>	10.318,52	27.094,37	
<b>4</b>	10.603,12	37.697,49	
<b>5</b>	137.293,62	5.872,95	0,26

Elaborado por: La Autora-Junio 2013

El tiempo exacto para lograr recuperar la inversión es de:

- Flujos de fondos de los cuatro primeros años      USD 37.697,49
- Flujo de fondo quinto año para cubrir inversión      USD 35.872,95
- Se divide el flujo necesario para cubrir la inversión para el flujo total del quinto año  $USD\ 35.872,95 / 137.293,62 = 0.26$ ; que es la fracción del año necesario en el quinto período. Por lo tanto el tiempo necesario para recuperar la inversión es igual a la sumatoria de todos los periodos, dando como resultado:

$$PR = 4.11 \text{ años}$$

$$PR = 4 \text{ años, } 1 \text{ meses y } 8 \text{ días}$$

### 5.13. Beneficio costo

La evaluación de la razón consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TMAR y luego el total se divide para la los egresos, obteniendo el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

Para realizar la relación entre costo beneficio se utilizará la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{INGRESOS\ TOTALES\ ACTUALIZADOS}{EGRESOS\ TOTALES\ ACTUALIZADOS}$$

Para lo cual primeramente se determina los ingresos totales que provienen de las ventas, mientras que los egresos totales son provenientes de los costos y gastos determinados para el proyecto.



Tabla 79  
Ingresos y egresos totales

<b>INGRESOS Y EGRESOS TOTALES</b>		
<b>AÑO</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>
	<b>TOTALES</b>	<b>TOTALES</b>
<b>1</b>	126.120,00	102.894,41
<b>2</b>	138.394,99	111.444,44
<b>3</b>	151.872,12	117.762,12
<b>4</b>	166.669,25	124.015,02
<b>5</b>	180.300,59	131.294,37

Elaborado por: La Autora- Junio 2013

Tabla 80  
Ingresos y egresos actualizados

<b>AÑO</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>
	<b>TOTALES</b>	<b>TOTALES</b>
<b>1</b>	106.161,62	86.611,46
<b>2</b>	98.059,01	78.963,35
<b>3</b>	90.579,25	70.235,44
<b>4</b>	83.673,84	62.259,92
<b>5</b>	76.192,98	55.483,51
<b>TOTALES</b>	454.666,70	353.553,67

Elaborado por: La Autora- junio 2013

Beneficio costo 1.29

$$\text{Beneficio/costo} = \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN Egresos}}$$

$$\text{Beneficio/costo} = \frac{454.666,70}{353.553,67}$$

$$\text{Beneficio/ costo} = 1,28$$

Nos refleja el resultado de 1,28, lo que significa, que por cada dólar invertido se obtiene un superávit de 0,28 centavos de dólar



## **CAPÍTULO VI**

### **6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

La organización de la empresa está sujeta a las estrategias organizacionales y legales para el desarrollo de las actividades del Centro de Hidroterapia, por lo que se ha definido dicha organización como una empresa de turismo para brindar un servicio de entretenimiento y salud.

#### **6.1. Aspecto estratégico**

##### **6.1.1. Nombre o razón social**

El nombre de la empresa está en función del servicio que brinda a sus clientes, el mismo que debe ser fácil de recordar, en este caso el presente proyecto llevará el nombre de **“EL AGUA ES SALUD CIA. LTDA”**.

##### **6.1.2. Misión**

Brindar un servicio de salud turístico, basado en el tratamiento con agua medicinal, con entretenimiento natural en áreas verdes y servicios complementarios de restaurante a todos los turistas locales, nacionales y extranjeros, con un servicio de calidad natural y humano, con la finalidad de que el cliente vuelva la vista a la naturaleza y logre todas las expectativas esperadas.

##### **6.1.3. Visión**

En los próximos 5 años, el Centro de Hidroterapia liderará en la provincia de Imbabura el servicio de salud con aguas medicinales, ofertando a los turistas nacionales y extranjeros variedad de servicios de salud, vinculados a los otros negocios convencionales de restaurante, áreas verdes y recreación. Promocionando los atractivos turísticos de la provincia.

#### **6.1.4. Objetivos**

- Brindar servicios de calidad, a todos y cada uno de los turistas.
- Ofrecer confianza a todos los clientes, satisfaciendo sus necesidades con la prestación oportuna de los servicios.
- Mejorar la imagen del cantón Urcuquí y de la provincia promocionando sus atractivos turísticos y culturales.
- Posicionarse dentro del mercado de servicios de turísticos naturales, para liderar en la provincia de Imbabura.

#### **6.1.5. Principios y valores**

- Principios

- Integridad
- Participación
- Mejoramiento
- Calidad
- Diversificación

- Valores

- Servicio
- Responsabilidad
- Liderazgo
- Comunicación
- Perseverancia
- Honestidad

### 6.1.6. Políticas de la compañía:

Las políticas se basaran en:

- Trabajo en equipo
- Mejoramiento continuo
- El respeto integral.
- La eficiencia.

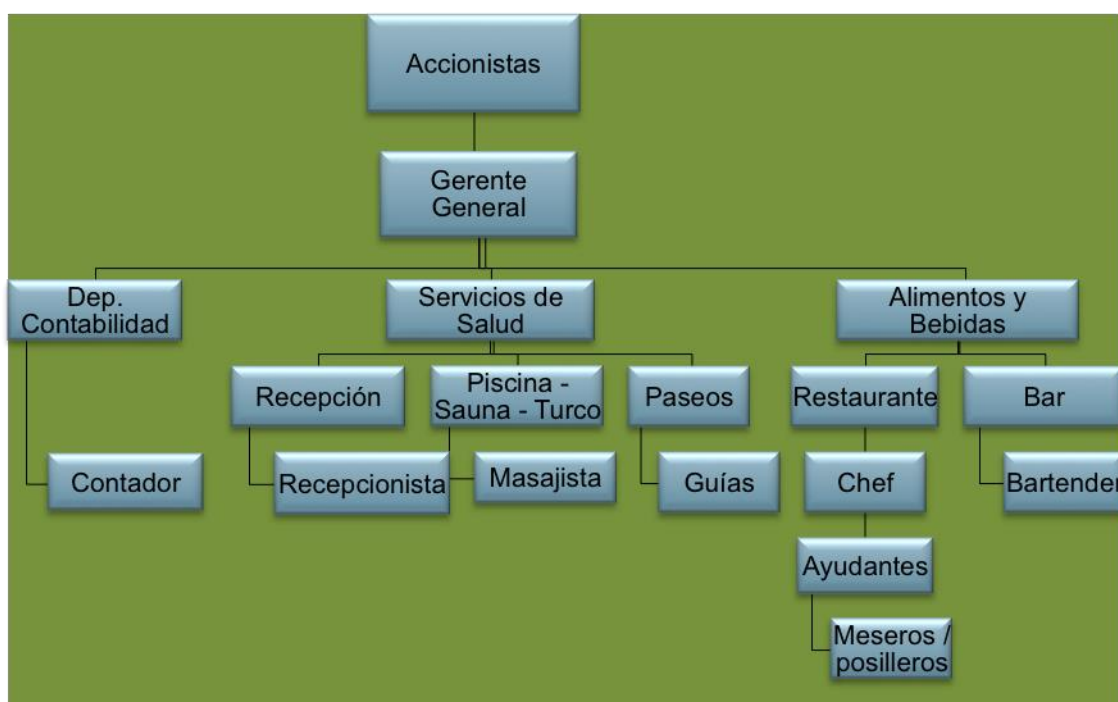
## 6.2. Aspecto organizacional

El organigrama estructural del Centro de Hidroterapia estará constituido por todos y cada uno de los trabajadores que intervienen en el proyecto, describiendo los patrones de responsabilidad, autoridad, especialización, comunicación, flujo de trabajo, división de funciones, los niveles jerárquicos, líneas de autoridad y la relación que existe con cada una de las unidades de la organización.

### 6.2.1. Organigrama estructural

Gráfico 37

*Organigrama Estructural del Centro de Hidroterapia “EL AGUA ES SALUD CIA. LTDA.”*



Elaborado por: La Autora- Mayo 2013

## Niveles administrativos

La Estructura Orgánica del Centro de Hidroterapia “EL AGUA ES SALUD CIA. LTDA”, está conformado por los siguientes niveles administrativos:

Cuenta con tres departamentos bien definidos y liderados por la Gerencia General, estos departamentos son:

- Contabilidad
- Servicios de salud
- Alimentos y Bebidas

A su vez, cada departamento tiene personal subordinado que cumplen funciones específicas.

### **6.2.2. Funciones del personal**

#### ➤ Gerencia general

El Gerente General es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la empresa, será designado por la junta general de socios y ejercerá sus funciones por el periodo de dos años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control.

Entre otras funciones que debe desempeñar tenemos:

- Formulación y desarrollo de políticas, estrategias, planes y programas en materia de planificación, distribución, administración y desarrollo del talento humano, recursos tecnológicos, financieros y servicios generales.

- Reportar y comunicar los resultados trimestrales, semestrales y anuales a la Junta de Socios.
- Controlar las actividades contables financieras, presupuestales y de pagaduría de conformidad con las políticas trazadas por el Centro de Hidroterapia y en base a las disposiciones legales vigentes.

➤ Departamento de contabilidad

El contador general es el encargado de llevar la contabilidad y de realizar los pagos de todos los impuestos a los que está sujeto el Centro, así como proporcionar la información contable, financiera y fiscal que se la requiera.

Dentro de sus funciones tenemos:

- Llevar al día los libros oficiales y auxiliares con todos los registros contables, preparar los diversos estados financieros dentro de las fechas previstas.
- Preparar el programa mensual de pagos a proveedores, otras operaciones financieras y la nómina de los empleados, con el fin de determinar las necesidades de efectivo.
- Estar al tanto de todas las leyes fiscales, municipales y laborales, para el oportuno pago de los impuestos, prestando especial atención a la correcta aplicación de las tasas de amortización y depreciación.
- Colaborar en la preparación de los diversos instructivos administrativos y de operación.
- Llevar un control adecuado de los diversos activos fijos del Centro.

## Departamento de servicios de salud

### ➤ Recepcionista

Entre las principales funciones de él o la recepcionista tenemos:

- Atender y dar la bienvenida a los turistas
- Elaborar un reporte diario de los turistas que visitan el Centro
- Registrar los ingresos económicos y facturas para pasar a contabilidad
- Realizar el arqueo y cuadre de caja al final de su turno.
- Es el responsable de la recaudación del dinero del restaurante.

### ➤ Masajista

El objetivo del Centro de Hidroterapia es vender servicios de salud, por lo tanto, es necesaria una atención rápida y oportuna, por lo que es imprescindible que el servicio de masajes se lo brinde manera efectiva, ya de ello depende el buen concepto de los turistas, ya que de esto depende el incremento de los visitantes.

Entre sus funciones están las siguientes:

- Ser responsable de la limpieza del área de masaje.
- Ser responsables de llevar bien el uniforme.
- Resguardar los objetos de los turistas que se olviden en el Centro.
- Cambiar de toallas e insumos en el área de masajes

### ➤ Guía turístico

Es el encargado de guiar a los visitantes a lo largo del Centro y por las áreas cercanas, para esto se encargará de formar grupos de turistas y llevarlos en primera instancia a un tour interno y posteriormente a conocer los atractivos del cantón.



## Departamento de alimentos y bebidas

### ➤ Chef

Es el responsable tanto del área de cocina, restaurante como del bar.

Entre sus funciones principales funciones están las siguientes:

- Comparar lo real con lo planeado y llegar a lo que se determinó.
- Realizar los pedidos de materiales e insumos necesarios para el funcionamiento del restaurante y bar.
- Verificar que las requisiciones estén debidamente autorizadas.
- Establecer estándares de trabajo y calidad durante el proceso de elaboración de platillos y bebidas.
- Revisar porciones y preparación de platillos, así como los insumos utilizados para su elaboración.
- Verificar que toda salida de alimentos y bebidas se dé una vez que se hayan cumplido con los estándares establecidos.
- Revisar las cortesías.
- Realizar los inventarios físicos en los almacenes.
- Elaborar la conciliación de alimentos y bebidas.
- Controlar al personal de restaurante y bar
- Encargarse del buen funcionamiento del bar y restaurante así como del servicio al cliente lo visita.

### ➤ Cocineros/ayudantes

Realiza las siguientes funciones:

- Organizar, coordinar y supervisar el desarrollo del trabajo en las cocinas del establecimiento.
- Controlar el aprovechamiento de los ingredientes
- Verificar la elaboración de los platillos.

- Supervisar el trabajo de todas las cocinas del establecimiento.
- Informar al personal de todo lo referente a la elaboración de los platillos.
- Colaborar en la elaboración de platillos cuando sea necesario.

Los ayudantes de cocina también son los encargados de la preparación de los platillos bajo la supervisión del Chef.

➤ Bartender

Es el encargado de realizar las preparaciones de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Además es el responsable del cobro de las bebidas a los turistas y del reporte diario de caja.

➤ Meseros

Entre sus funciones están las siguientes:

- Cobrar a los clientes el valor generado por el consumo en el restaurante y en el bar.
- Entregar el dinero y la cuenta por concepto del consumo en bar o restaurantes al encargado de recepción para el respectivo cobro y cambio del cliente en caso de ser necesario

### **6.3. Aspecto legal**

#### **6.3.1. Base Legal de Constitución de la Compañía:**

➤ Formación

Según datos obtenidos de la Ley de Compañías:

El Centro de Hidroterapia “EL AGUA ES SALUD CIA. LTDA.”, se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, conformado por los aportes de un grupo de socios del sector.

#### Aspecto legal para la formación de la compañía

- Ente jurídico.- Se creará como compañía de responsabilidad limitada.
- Comparecientes y declaración de voluntad.- Intervienen en la celebración de este contrato, los socios que conformaran la compañía y se hará constar los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad, y dirección domiciliaria. Declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada, el mismo que se registrará por la Ley de Compañías, su reglamento y los siguientes estatutos:
- Objeto.- El Centro de Hidroterapia “EL AGUA ES SALUD CIA. LTDA.”; tiene por objeto y finalidad, brindar un servicio de calidad en un entorno natural; por ello, se dedicará a proporcionar servicios de salud, restaurante y recreación; pudiendo ejercer todas las actividades permitidas por la Ley y aportar a la formación de otras compañías.
- Obligación social.- Los socios responderán individualmente, hasta por el monto de sus aportaciones.
- Suscripción y pago de las aportaciones.- Se suscribirán las participaciones de cada socio y el pago se lo efectuará en efectivo al momento de la conformación de la compañía.
- El plazo.- La duración del contrato social de la compañía es de veinte años, a contarse desde la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el

particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviera la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

- Domicilio.-El domicilio principal de la empresa es el cantón Urcuquí, en la comunidad de Iruguincho de la provincia de Imbabura.
- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la Ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.
- La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al diez por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas.
- Los socios Intervienen con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto.
- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.
- Como documento habilitante, se agregará a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria.
- Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, esta escritura será enviada a la Superintendencia de Compañías para su aprobación y se realizará una publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía.
- La inscripción en el Registro Mercantil. Luego de la aprobación y autorización del superintendente. Y se procederá a inscribir legalmente a la compañía.

### **6.3.2. Requisitos para su funcionamiento**

Para funcionar legalmente el Centro de Hidroterapia “EL AGUA ES SALUD CIA. LTDA”, se deberá cumplir con algunos requisitos primordiales como son: sacar una patente municipal, registro único de turismo, licencia única de funcionamiento, permiso del cuerpo de bomberos, permisos de salud e higiene, la obtención del Registro único de Contribuyentes.

Obtención del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.) para personas jurídicas

Según la página web del Servicio de Rentas Internas, el R.U.C. es un documento que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el mismo que es público, intransferible, personal y único, en el que el contribuyente puede tener

una o varias actividades, por lo que tiene la obligación de actualizarlo. Para lo cual se requiere de:

- Llenar el formulario respectivo 01A, 01B vía internet.
- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.
- Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

Requisitos para inscripción en el Registro De Actividades Económicas Sociedades (patente municipal)

- Copia del RUC
- Copia del nombramiento del representante legal
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, en la que se incluirá los datos personales del representante legal: Dirección domiciliaria, número telefónico convencional y celular.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
- Certificación del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica.

Requisitos para el permiso de bomberos

- Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia del RUC

- Copia de la Patente Municipal

#### Requisitos para los permisos de Salud Pública

- Ficha de inspección
- Permiso del Cuerpo de bomberos y Patente Municipal
- Copia del RUC
- Certificados de salud de todos los empleados (original y copia)
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

#### Requisitos para obtener la licencia de Turismo

Según datos proporcionados de la pág. Web del Ministerio de Turismo

- Certificación del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual) de no encontrarse registrada la razón social que va utilizar en la empresa
- Copia del RUC
- Copia de la escritura de Constitución.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante
- Lista de precios original y copia
- Escritura del lugar donde funcionara la compañía.

Con todos estos requisitos el Ministerio de Turismo realiza una Inspección para poder categorizar el servicio y emite un informe. El mismo que servirá para dar trámite a la licencia de funcionamiento, cumpliendo otros requisitos como son:

- Copia del RUC.
- Copia de la Cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Pago del 1 x 1000 del Ministerio de Turismo.  
Permiso de uso de suelo y patente municipal.





## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. Análisis de impactos

Los impactos más relevantes, se medirán a través de la matriz de Impactos de entrada simple, para dicho análisis se utiliza la siguiente escala de valores.

Tabla 81  
*Indicadores de impactos*

ESCALA	INDICADORES
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo

Elaborado por: La Autora-Agosto 2013

Realizando el análisis de cada impacto, se procede a sumar los niveles de escala, los cuales se dividen para el número total de indicadores para obtener el nivel medio de impacto.

A continuación se detalla cada uno de los impactos con su análisis respectivo.

### 7.1.1. Impacto socio – económico

Tabla 82

*Análisis del impacto socio económico*

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Generación de empleos		2						2
Aumento del turismo local		2						2
Mejora la inversión local		2						2
Contención de la migración		2						2
<b>Total</b>								<b>8</b>

Elaborado por: La autora- Agosto 2013

$$\text{Impacto Socio – Económico} = \frac{\sum \text{valores}}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Socio- Económico} = \frac{8}{4} = 2$$

La creación del Centro de Hidroterapia generará un impacto socio económico medio positivo, ya que se creará nuevas plazas de trabajo y reduce la migración, así como también mejora la inversión y aumentará el turismo en el sector. Dando origen a una mayor dinámica económica y social del área de intervención.

### 7.1.2. Impacto empresarial

Tabla 83

*Análisis impacto empresarial*

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Oferta de nuevos servicios turísticos	3							3
Estabilidad laboral	3							3
Desarrollo empresarial		2						2
<b>Total</b>								<b>8</b>

Elaborado por: La Autora

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{\sum \text{valores}}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{8}{3} = 2,66$$

La creación del centro generará nuevos y diversos servicios, creando estabilidad laboral a quienes formen parte del mismo, para lograr un desarrollo empresarial integral basado en el largo plazo, por lo que su impacto es medio positivo.

### 7.1.3. Impacto educativo

Tabla 84 *Análisis de impacto educativo*

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Niveles de Educación		2						2
Generación de Conocimientos		2						2
Mejoramiento de Conocimientos		2						2
Oportunidad de ampliar conocimientos del sector turístico	3							3
<b>Total</b>								<b>9</b>

Elaborado por: la Autora- Agosto 2013

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{\sum \text{valores}}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{9}{4} = 2,25$$

En cuanto al impacto educativo el proyecto tiene un impacto medio positivo, gracias a que mejorarán los niveles de educación en vista de la nueva oportunidad existente, se mejorará y se generará conocimientos a través de los procesos de capacitación para mejorar el servicio ofertado por la empresa.

Las capacitaciones se orientarán en el ámbito de salud natural y turístico, ampliando de sobre manera este tipo de conocimientos para beneficio de todos los involucrados.

#### 7.1.4. Impacto ético

Tabla 85  
*Análisis de impacto ético*

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Responsabilidad empresarial	3							3
Responsabilidad social		2						2
Adquisición de valores	3							3
<b>Total</b>								<b>8</b>

Elaborado por: La Autora-Agosto 2013

$$\text{Impacto Ético} = \frac{\sum \text{valores}}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ético} = \frac{8}{3} = 2,66$$

La persona o personas encargadas tendrán que velar por el bienestar de los trabajadores y clientes de manera responsable, manteniendo el respeto y la cordialidad entre todos los que intervengan en esta actividad.

Los valores éticos y morales serán el fundamento básico en el cumplimiento de sus obligaciones tanto para los colaboradores como para los accionistas, generando un impacto medio positivo.

### 7.1.5. Impacto Ambiental

Tabla 86

*Impacto ambiental*

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Cuidado de recursos naturales	3							3
Generación de desechos					1			-1
Contaminación del ambiente			1					1
<b>Total</b>	3		1		1			4

Elaborado por: La Autora – Agosto 2013

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{valores}}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{4}{3} = 1,33$$

#### **Análisis:**

- Trabajo sin tóxicos: El proyecto no trabajará utilizando tóxicos toda actividad a realizarse es de manera natural que consiste en recorrer lugares naturales.
- Cuidado de recursos naturales: Se educará al turista para que conozca las formas de cuidar la naturaleza, evitando provocar destrucciones que le pueden afectar.
- Generación de desechos: Se proporcionará todos los materiales necesarios para la colocación de los desechos según la clasificación.
- Contaminación del ambiente: Este proyecto por naturaleza no afectará por ningún motivo al medio ambiente, ya que su propósito es el de conservar la naturaleza en su estado natural, para lo cual se concientizará al turista en la no contaminación del ambiente.

### 7.1.6. Impacto general

Tabla 87  
*Impacto general*

INDICADORES	TOTAL
Impacto Social	2
Impacto Empresarial	2,66
Impacto Educativo	2.25
Impacto Ético	2.66
Impacto Ambiental	1.00
Total	10.57

Elaborado por: La Autora-Agosto 2013

$$\text{Impacto General} = \frac{\sum \text{valores}}{\# \text{ De indicadores}}$$

$$\text{Impacto General} = \frac{10.57}{5} = 2,114$$

El presente proyecto, generará a nivel general un impacto medio positivo con la implementación del Centro de Hidroterapia, puesto que se mejora cada una de las áreas analizadas en los impactos.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Desarrollado los capítulos que corresponden al estudio de factibilidad para la creación de una Centro de Hidroterapia “EL AGUA ES SALUD CIA. LTDA”, en la Comunidad de Iruguincho, Cantón Urcuquí, Provincia del Imbabura, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El sector turístico vinculado a los procesos de salud natural, es una de las nuevas actividades más atractivas en los últimos años, por lo que es fundamental la diversificación, combinación y oferta de servicios turístico que logren captar un mayor número de turistas locales, nacionales e internacionales, que buscan nuevas formas de descanso, relajación y mejora de su salud, vinculando el contacto con la naturaleza y en sitios de gran belleza como los que cuenta la provincia, unido a una infraestructura organizada adaptada para las necesidades del negocio, el mismo, que cumple con todos los requerimientos para conformar un centro de hidroterapia, para ofrecer novedosos servicios; tomando en cuenta que la Legislación Ecuatoriana, considera incentivos para aquellas iniciativas nuevas de turismo natural y que vayan en beneficio de todos los residentes de la zona rural, por lo que se debe cumplir con algunos requisitos así como la conservación, valoración y el uso sustentable del patrimonio natural y su biodiversidad terrestre y marina, los cuales permiten contar con la ayuda estatal y del mercado financiero formal.
- Del Diagnóstico Situacional efectuado en el área de influencia del proyecto, se puede manifestar que existen más aspectos favorables que desfavorables para la implementación del centro turismo, entre las cuales tenemos: el sector posee encantos naturales, su población es amable y colaboradora, las autoridades

locales ayudan promocionando el cantón, esto generará una gran expectativa para el proyecto

- De acuerdo al estudio de mercado, existe un mercado potencial suficientemente amplio que justifica la inversión a realizar, si bien es cierto existen actores en el mercado que ofertan servicios sustitutos y cuentan con más experiencia, el centro de hidroterapia cuenta con ventajas competitivas como son los servicios de salud, que facilita el ingreso al negocio, además de la infraestructura a implementar.
- Del Estudio Técnico, se determina que la comunidad de Iruguincho, reúne las condiciones técnicas requeridas para el buen funcionamiento del centro de hidroterapia. Es importante mencionar que la capacidad del proyecto está en función del diseño de la infraestructura y del plan operativo diseñado para el desarrollo de las actividades y el talento humano que elaborará en el mismo.
- La inversión requerida para el desarrollo del proyecto considera un escenario de retorno de capital de mediano plazo, puesto que si bien existe un mercado potencial, éste aún no es lo suficientemente amplio para considerar generar utilidades en el corto plazo, sino en el largo plazo como indica el estudio financiero.
- En la parte de la Organización, el centro de Hidroterapia “EL AGUA ES SALUD CIA. LTDA” se fundamentó los lineamientos estratégicos, organizacionales y legales, donde el principal factor para la alcanzar las metas de la organización es el talento humano que colaborará en las actividades de la empresa de turismo ecológico.
- Finalmente, efectuado la Evaluación de Impactos se determina que la implementación de la pequeña empresa generará más efectos positivos que negativos en los ámbitos: social, empresarial, ético, educativo y ambiental.



## RECOMENDACIONES

Para el presente trabajo de investigación se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda a los integrantes del proyecto desarrollar la propuesta tomando en cuenta la conservación del medio ambiente, aprovechar los recursos de la manera más natural, evitando el desarrollo de procesos de contaminación que en muchos de los casos genera daños irreversibles en la zona de intervención. Por otra parte, es importante comenzar a la brevedad posible con las capacitaciones en materia de turismo y salud natural, para brindar un servicio no solo de calidad, sino también muy efectivo.
2. Mantener una constante actualización sobre los servicios turísticos y de salud natural, para su diversificación y mejoramiento continuo, ofertando a los turistas servicios novedosos y atractivos, de tal forma que se marque la diferencia sobre la competencia.
3. Se recomienda tomar en cuenta el presente estudio en caso de su implementación, puesto que se consideran todos los beneficios que la Ley otorga a este tipo de iniciativas.
4. Se recomienda orientar y desarrollar las estrategias financieras al mediano plazo, optimizando en lo posible los costos y gastos generados en el mediano plazo, sin descuidar la calidad de servicio y recuperar la inversión inicial en un plazo inferior a los cinco años, obteniendo rendimientos aceptables que permitan la capitalización del Centro en el largo plazo.



## BIBLIOGRAFÍA

- AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México.
- BRAVO, Mercedes, (2011). Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador
- CORIOLAN, LuziaNeide. M. FERRAZ, Joandre, (2010). Legislación del Turismo, R.J. Segunda Edición, Editorial ECO, Buenos Aires
- GURRÍA, Manuel, (2007). Introducción al Turismo, Primera Edición Editorial TRILLAS, México
- JIMÉNEZ, Luis, (2010) Ecoturismo. Segunda Edición Editorial Eco Ediciones, Colombia
- MUNCH Lourdes, (2010).Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México
- PÁEZ Roberto N. (2008) en su obra Desarrollo de la Mentalidad Empresarial, Primera Edición, Editorial Trillas. México
- BUENO Cortés Mariano José (2010) Medicina Ancestral y Turismo Ecológico, Primera Edición. México.
- LEY DE COMPAÑIAS.

**LINKOGRAFÍA:**

- [hmvaor@gmail.com](mailto:hmvaor@gmail.com)
- [www.imbaturismo.gob.ec](http://www.imbaturismo.gob.ec)
- [www.definiciónabc.com](http://www.definiciónabc.com)
- [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- [www.turismo.gov.ec](http://www.turismo.gov.ec)
- [www.turismoecuador.com](http://www.turismoecuador.com)
- [www.ambiente.gov.ec](http://www.ambiente.gov.ec)
- [www.prodeci.org](http://www.prodeci.org)
- [www.ecociencia.org](http://www.ecociencia.org)
- <http://www.valic.com>
- <http://www.embdecostaricamexico.turismo.manifiesta>